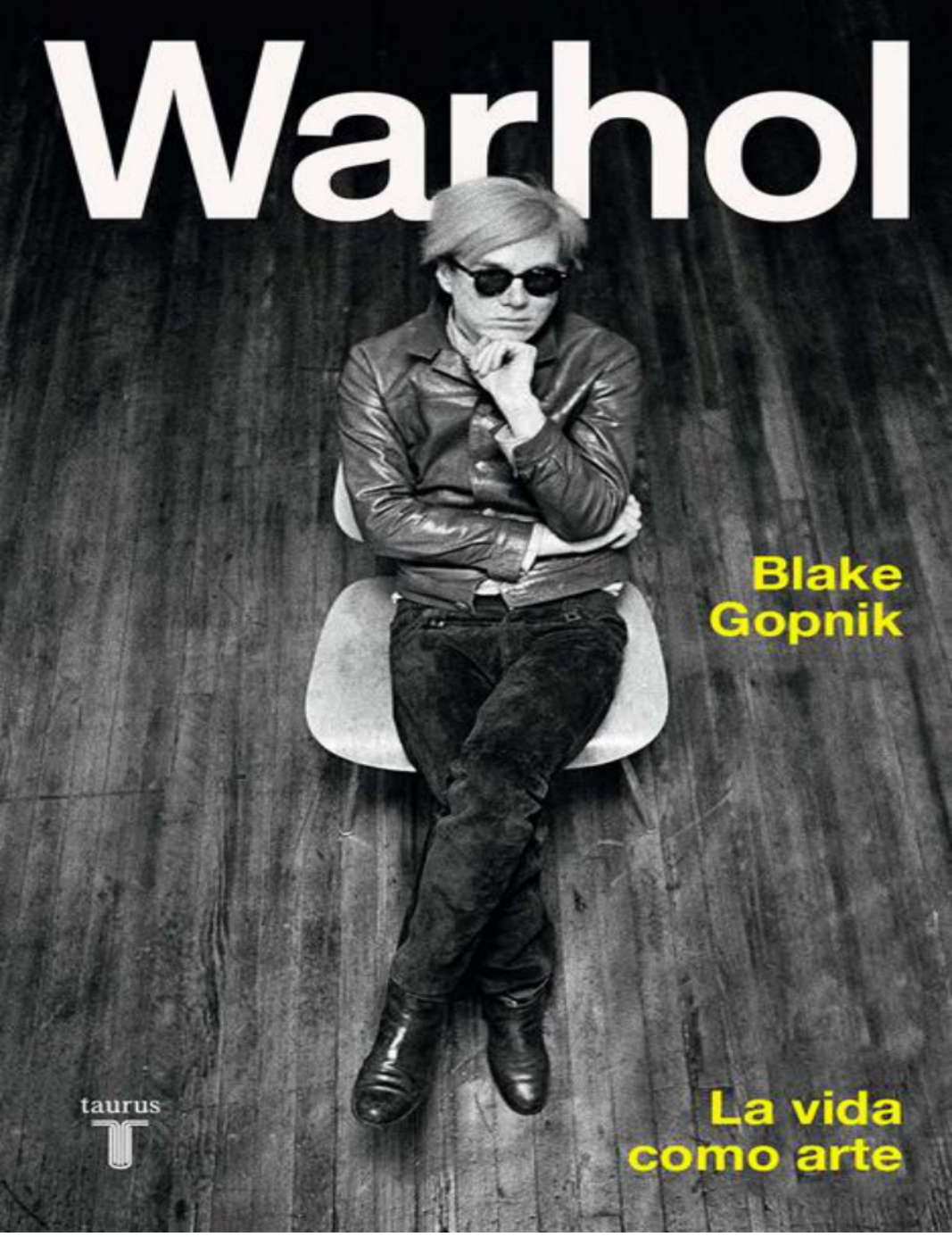
Warhol

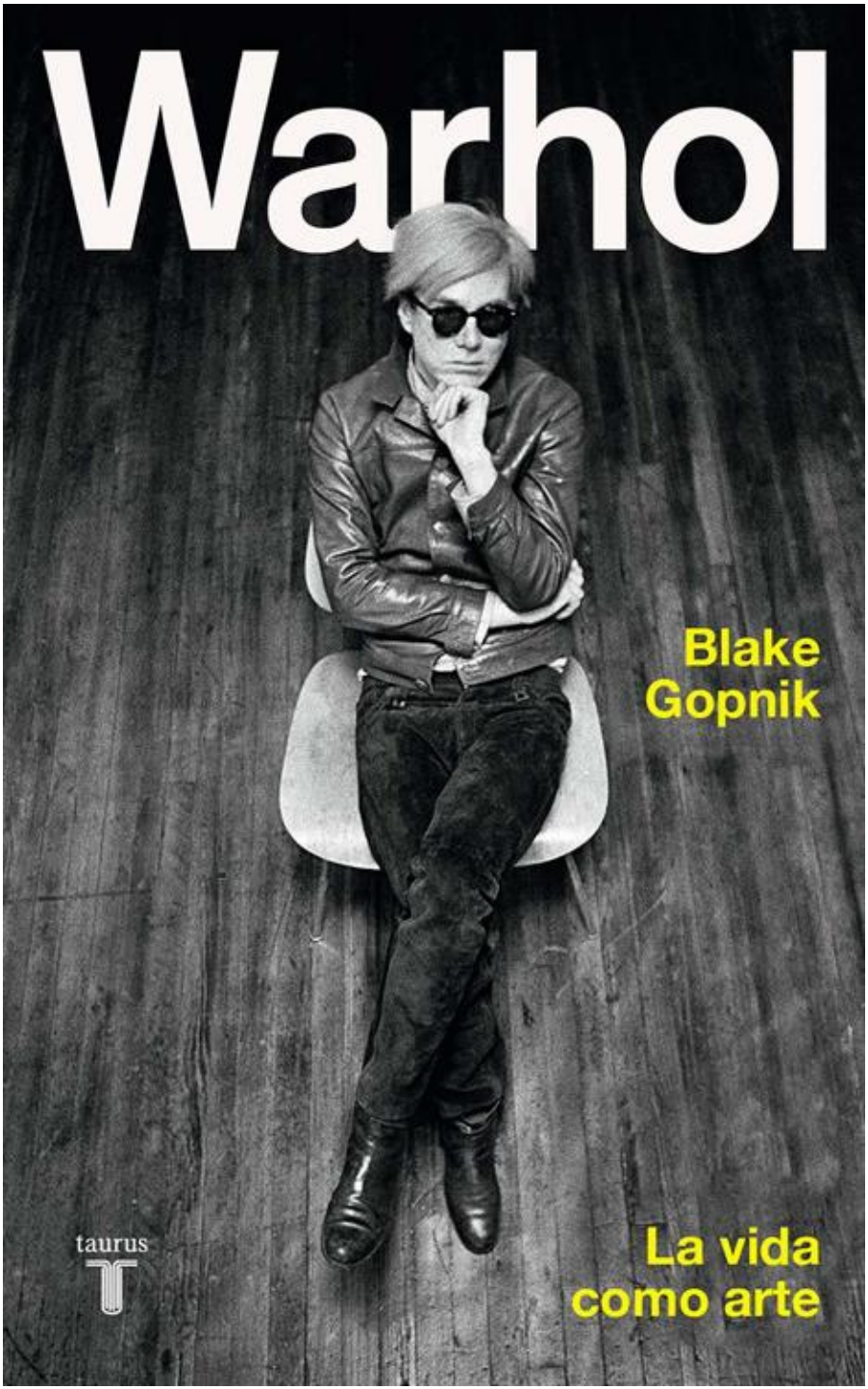


Blake Gopnik

La vida como arte

taurus

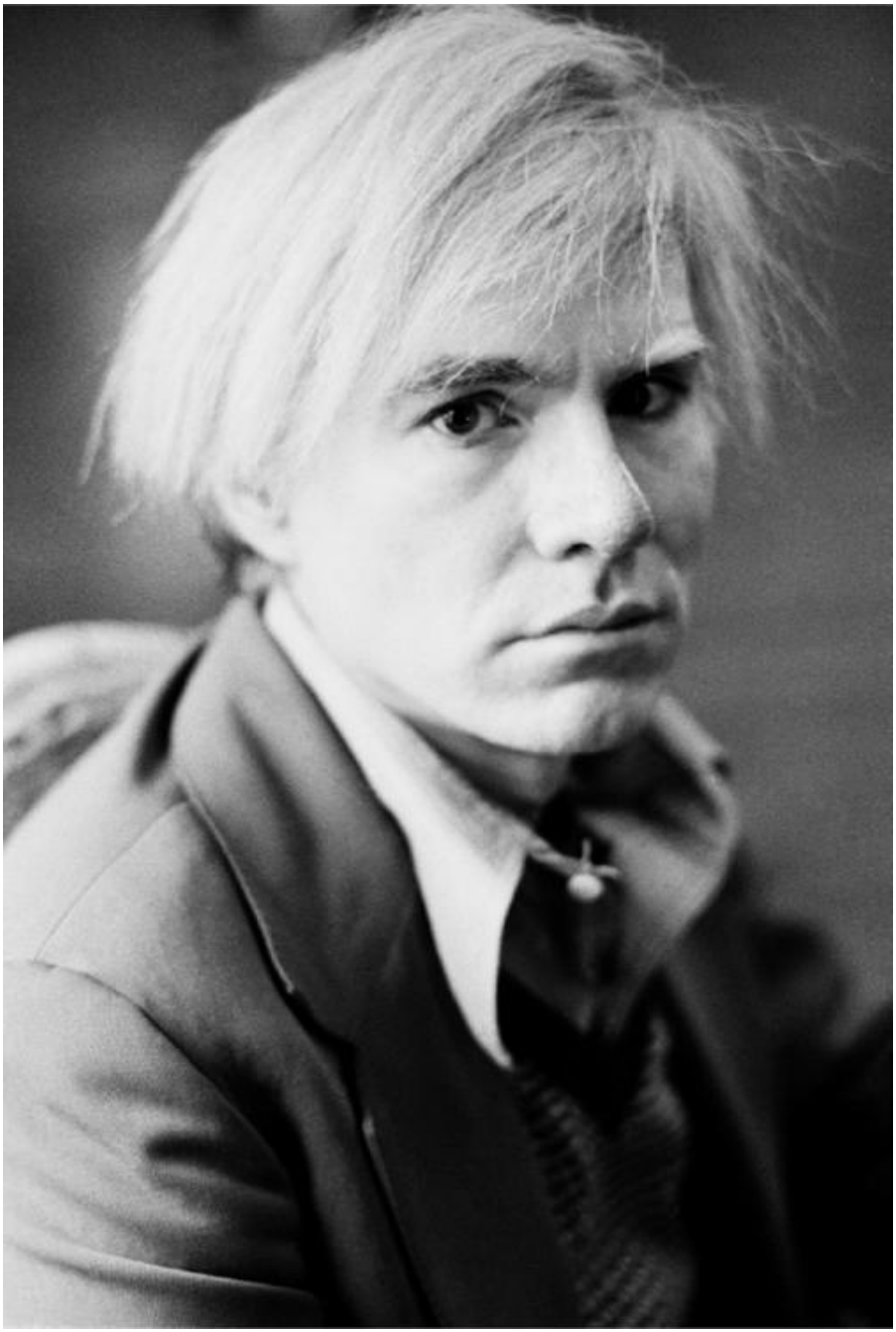
Warhol



Blake Gopnik

La vida como arte

taurus



Blake Gopnik

Warhol

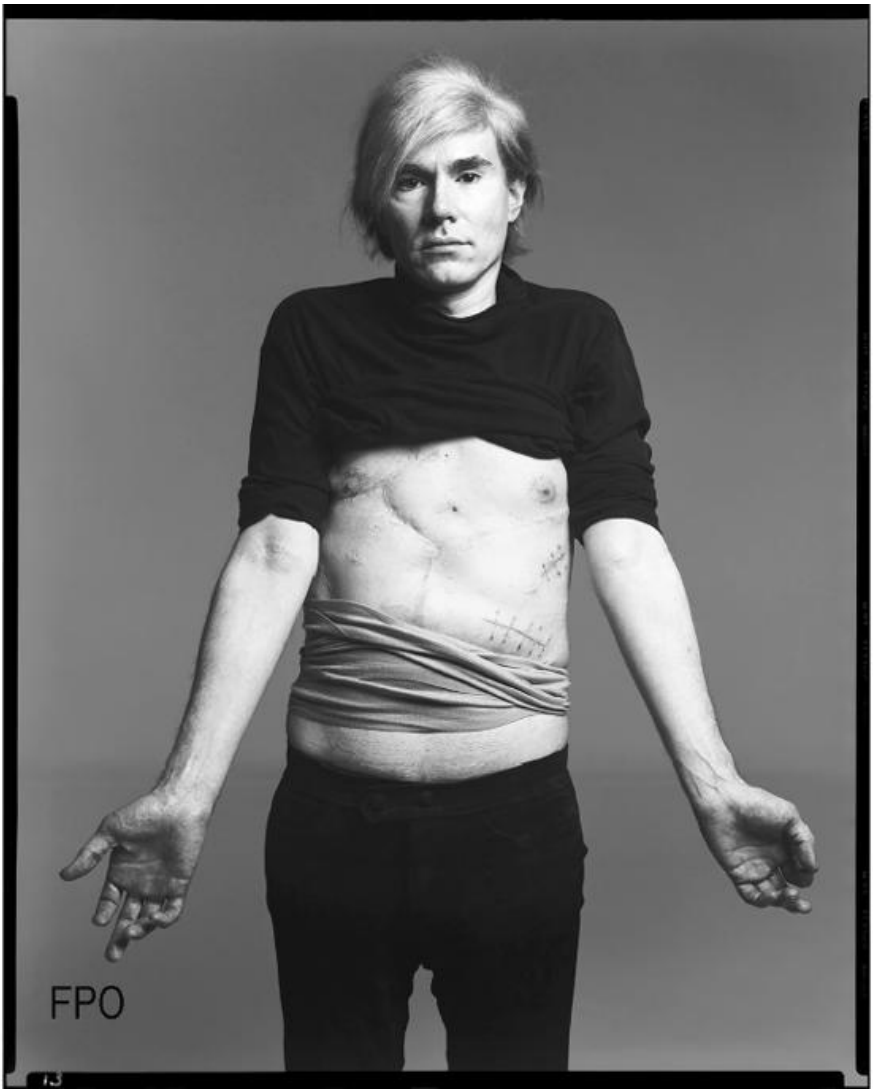
La vida como arte

Traducción de Pablo Hermida y María Serrano

taurus

A Lucy Hogg,
sin la cual este libro y su autor
apenas existirían

Y en memoria de Matt Wrbican,
la veta principal, hoy perdida, de
todo lo warholiano.
Le habría gustado que este libro
fuera… aún más largo



Warhol muestra las cicatrices consecuencia del balazo.

Preludio

MUERTE

Andy Warhol murió, por primera vez, el 3 de junio de 1968 a las 16.51 horas. O ese fue el descarnado veredicto de los médicos internos y residentes de urgencias del hospital Columbus de Nueva York. Unos veinte minutos antes, el artista había recibido un disparo de manos de Valerie Solanas, una vividora que solían rondar por la Factory, el famoso estudio del artista que este había trasladado poco antes a una nueva ubicación en Union Square. En el tiempo de espera hasta que llegó la ambulancia, Warhol se fue desangrando lentamente, aproximándose cada vez más a la muerte. Cuando el paciente ingresó en el hospital, que se encontraba a pocas manzanas de distancia, los jóvenes médicos de urgencias ya no pudieron encontrarle el pulso. No tenía presión arterial. Estaba del mismo color que el papel de periódico, con un matiz azulado. Según todos los indicadores habituales, aquel caucásico de treinta y nueve años, metro setenta y tres de estatura, y sesenta y seis kilos, había ingresado cadáver.

En el momento en el que la víctima, a todas luces difunta, estaba siendo trasladada en una camilla, un brillante cirujano privado de cuarenta años, llamado Giuseppe Rossi, se encontraba en la unidad de cuidados intensivos haciendo una revisión a un paciente en recuperación. Oyó la llamada por la megafonía del hospital y corrió hasta urgencias para ver si podía ayudar en algo. Mientras sus asistentes le informaban sobre el caso, se dispuso a hacer una revisión final del reciente cadáver en el mismo lugar en el que este yacía inmóvil, con los ojos cerrados, empapando la camilla de sangre. Le levantó uno de los párpados y observó cómo una pupila se contraía, aún con vida, ante el resplandor de las luces del hospital. Todavía había trabajo que hacer.

Rossi se apresuró a buscar la causa de que su paciente, a quien tomó por alguno de los vagabundos de Union Square, se encontrara en estado de traumatismo. Dio con el orificio de entrada de la bala, una herida limpia en el costado derecho del cuerpo de Warhol, a media altura del pecho, y también con la violenta hemorragia provocada por el irregular orificio de salida, en la zona izquierda de la espalda. Los médicos prepararon un drenaje torácico para evitar que el pulmón

derecho fallara, le metieron un tubo de respiración por la tráquea, empezaron a bombear oxígeno, pidieron sangre y llevaron al paciente corriendo por los pasillos y el ascensor para llegar al quirófano antes de que muriera.

Warhol tuvo mucha suerte de que su médico fuera Rossi aquel día. El cirujano había emigrado de Italia después de la guerra, en un momento en que el sistema médico estadounidense estaba en expansión, y esto le permitió formarse en el novedoso campo de la cirugía a corazón abierto. Aun así, un extranjero como Rossi podía tener dificultades para conseguir que lo contrataran como personal de un hospital, por lo que se dedicaba a recorrer las salas de urgencia de toda Nueva York en busca de pacientes, incluso en Harlem, donde había podido ver un buen número de heridas de bala. Años antes de que los hospitales contaran con especialistas en trauma, Warhol terminó, por pura casualidad, en manos de un cirujano torácico altamente capacitado que lo sabía todo sobre balazos.

Los residentes seccionaron las venas de Warhol a la altura de los codos, le colocaron vías de sangre y fluidos; y le dejaron unas cicatrices que, en los brazos de un asiduo asistente a misa, podrían haber pasado por estigmas. Sin perder tiempo con los prescriptivos cinco minutos de lavado de manos, Rossi se apresuró a buscar el origen de la hemorragia que estaba a punto de convertir en un cadáver el cuerpo que tenía delante. Abrió el pecho de Warhol seccionándolo por el costado izquierdo —los primeros tejidos estaban totalmente drenados y no sangraron al cortarlos— y descubrió un feo desgarro en el lóbulo inferior del pulmón, del cual se ocuparon momentáneamente unas enormes pinzas metálicas. El anestesista alertó de una parada cardiaca mientras Rossi se afanaba, así que este seccionó la membrana que envolvía el corazón de Warhol —que la bala había mantenido intacto— y masajeó el órgano con la mano. De nuevo, el artista volvía a esquivar la muerte.

Después, Rossi le abrió por el costado derecho, practicando un corte casi desde la herida de entrada de la bala hasta el esternón para hacer una comprobación de daños. Según las versiones, fueron tres o cuatro balas las que perforaron el cuerpo de Warhol, o una sola, que rebotó en el interior de su torso como un *pinball* infernal, pero lo que encontró Rossi es que al moribundo lo había atravesado, completamente, una sola bala. Detectó el punto en el que había dañado la vena cava inferior —que atraviesa el cuerpo como una manguera y devuelve la sangre de las piernas al corazón—, y descubrió que allí se había formado un coágulo que estaba impidiendo que Warhol se desangrara al momento. Seccionó de nuevo el pecho del moribundo, desde la parte inferior del esternón y cruzando los abdominales, directamente hasta el ombligo, y lo abrió con un

retractor de acero para tener una visión clara de los daños. «No había visto tanta sangre en mi vida», recordó Maurizio Daliana, que entonces era jefe de residentes de cirugía.

Allí Rossi encontró más destrucción: dos agujeros en el arco del músculo del diafragma, pues la bala lo había perforado tanto por la derecha como por la izquierda; el esófago estaba separado del estómago, de modo que por la parte inferior salían la comida y el ácido gástrico; el lóbulo izquierdo del hígado estaba machacado y sangrando, y el bazo, completamente destrozado, perdía más sangre que ninguno de los demás órganos. La bala de Solanas había practicado también un agujero de borde irregular en los intestinos, liberando las heces, lo cual hacía que aumentaran las posibilidades de que se produjera una infección letal.

Había que quitar lo que quedaba del bazo, y el lóbulo dañado del hígado también era un caso perdido. Con unos enormes puntos de sutura, Rossi lo aisló del resto del órgano para poder seccionarlo sin que se produjera más pérdida de sangre, que a pesar de la transfusión, seguía escapándose de su cuerpo por todos los nuevos orificios practicados. Al acabar la operación, Warhol había recibido doce unidades de sangre; normalmente, un cuerpo sin fugas contiene diez.

Justo cuando las cosas empezaban a estar bajo control, en el quirófano entraron de nuevo en crisis debido a la visita de los médicos principales del hospital. Estos comunicaron a los cirujanos que el hombre cuya vida más les valía salvar era la superestrella del arte Andy Warhol —el mismo que había dado fama al concepto de «superestrella»— y que, abajo, les estaba esperando una multitud de periodistas y *groupies*. «No puede morirse», decían los visitantes.

Rossi apenas había oído hablar del artista ni de sus excentricidades.

Volvió a concentrarse en el cuerpo abierto y prosiguió con las difíciles curas restantes. Se aplicó en los supurantes intestinos, eliminando la parte dañada y cosiendo los extremos limpios. Después, había que volver a unir el esófago seccionado, el procedimiento más peliagudo que tuvo lugar aquella noche. Rossi tuvo que emplear para ello los puntos más finos y asegurarse bien de que la conexión con el estómago fuera perfecta. La mínima desalineación o un exceso de cicatrices habría dejado a Warhol con un montón de penalidades de por vida, incapaz de tragar adecuadamente. De hecho, así lo contaba un amigo médico, a partir de entonces siempre tuvo problemas para comer.

Exhausto después de la larga y tensa operación, Rossi colocó todos los tubos de drenaje habituales y cerró aquel cuerpo cuyas entrañas había llegado a conocer tan bien. Por conveniencia y por seguridad —y quizá porque tampoco tenía demasiado claro que el paciente fuera a vivir para preocuparse por ello—, Rossi utilizó unos enormes puntos

de sutura que dejaron a Warhol una red de cicatrices dignas de Frankenstein. Y el artista se pasó años presumiendo de ellas.

Con Julia Warhola y su hermano mayor, John.

1
1928–1934

NACIMIENTO | PITTSBURGH | CÁRPATO-RUSOS | IGLESIA

«El peor sitio en el que he estado en mi vida».

Andy Warhol, o, mejor dicho, Andrew Warhola, nació el 6 de agosto de 1928, en un lúgubre pisito de la calle Orr, en el Soho de Pittsburgh, un día relativamente caluroso y bajo un cielo encapotado.

El hermano mayor de Andy, Paul, que había nacido seis años antes en la misma habitación, contaba que oyó los gritos de su madre «y, después, a alguien que decía: "Son las cinco y media"», aunque nunca ha estado claro si eran de la mañana o de la tarde. Según a quién se crea, el parto estuvo asistido, bien por un médico, bien por una partera.

El padre de Warhol también se llamaba Andrew (nacido Andrej o Andrii). Eslavo, se había convertido en estadounidense unos meses antes de que naciera su tocayo.

Andrej era peón, igual que los miles de obreros que trabajaban en la planta siderúrgica de Jones y Laughlin, en la falda de la colina, a orillas del tóxico río Monongahela. Había trabajado allí antes de dedicarse a la construcción pesada. Viajaba mucho para una empresa que se dedicaba a trasladar edificios sobre ruedas. Por lo que parece, él hubiera preferido la vida «más fácil» que llevaban los trabajadores de la planta siderúrgica, más asentada y bajo techo, pero, por algún motivo, no lo consiguió. Aunque medía solo un metro sesenta y cinco, pesaba ochenta y cuatro kilos, y la gente siempre reparaba en sus enormes brazos. Poco después de nacer Warhol, a Andrej —también conocido como Andy, nombre con el que incluso firmó su testamento —, le extirparon la vesícula biliar; la operación no fue del todo un éxito, según contaba su hijo Paul. Seis décadas después, Andy hijo moriría después de someterse a la misma intervención.

La joven madre y autora de aquellos gritos se llamaba Julia. Tenía treinta y seis años, era un ama de casa inmigrante que casi no hablaba inglés y tenía un marido y tres hijos que atender: el hijo mediano, John, era tres años mayor que Andy. Su marido vivía durante semanas, y hasta meses, en áreas de construcción de distintos estados del país. Hay una foto de 1930 en la que se lo ve, junto con su equipo

de trabajo, en Indianápolis, trasladando un edificio de doce mil toneladas aún habitado. Julia era una especie de viuda por trabajo, y eso cuando las cosas iban bien. Con la llegada de la Gran Depresión, en 1929, hubo épocas en las que Andrej estaba en desempleo y Julia se dedicaba a limpiar casas y a vender artesanías puerta a puerta. Según una historia que contaba Warhol, la sopa que tomaban no era Campbell's, sino que estaba hecha con agua, sal, pimienta y kétchup; este de la marca Heinz, por supuesto, producto distintivo de Pittsburgh y fabricado por una familia que después se convertiría en mecenas del artista.

El «piso» de Orr Street consistía en dos habitaciones en la segunda planta de una minúscula casa adosada de madera. Las paredes eran «tan solo unos paneles de madera cruzados…, ni siquiera paneles, eran meros listones», recuerda un vecino. Para lavarse, había tan solo agua fría, y el inodoro era un retrete situado en el exterior, en el callejón. No es que aquello fuera especialmente indigno en el universo de los Warhola, pero en invierno tampoco debió de ser demasiado placentero. Poco tiempo antes, un reformador de Pittsburgh había desarrollado un estudio sobre el barrio del Soho en el que expresó su desprecio por esas «insalubres criptas que son un nido de enfermedades sin alcantarillado, perfectas para propagar la contaminación y amenazar la salud del vecindario», y describía las casas como «una trampa mortal en caso de incendio». En 1922, año en el que nació Paul Warhola, se publicó una historia de la ciudad que describía las viviendas del barrio como «viejas y carentes de atractivo […] habitadas por familias de los trabajadores extranjeros de la acería».

Dos años después del nacimiento del artista, los Warhola se habían mudado ya dos veces y habían terminado a poca distancia, en la misma calle, y un peldaño más arriba en el escalafón social, en un piso de cuatro habitaciones con una estufa salamandra redonda, una bañera con asiento y de chapa metálica galvanizada y un retrete interior, pero sin cañerías. Los tres chicos dormían en la misma cama, «pero no te considerabas pobre, porque todo el mundo vivía igual», contaba John Warhola. Compartían aquella casa de Beelen Street con otra familia y pagaban dieciocho dólares al mes por semejante privilegio, lo que suponía aproximadamente una cuarta parte del total de sus ingresos mensuales.

El Pittsburgh en el que creció Andy Warhol no era tan solo un ejemplo más de la cara obrera de Estados Unidos. Era el paradigma mismo de la dureza de la vida obrera. En 1914, una organización benéfica llamada Fundación Russell Sage concluyó la publicación de *The Pittsburgh Survey*, cuyos seis enormes volúmenes contenían el primer ejemplo de estudio sistemático de sociología urbana con cierta

entidad que se desarrollaba en el país. El estudio se hizo famoso en todo el mundo y también dio fama a la ciudad sobre la que versaba como un nicho con grandes posibilidades para el progreso industrial y un lugar lleno de verdaderas penalidades. Tal como lo expresó H. L. Mencken en un famoso ensayo escrito poco antes de que naciera Warhol: «Teníamos una riqueza más allá de lo contable, casi más allá de lo imaginable, y teníamos también unas formas de habitación humana tan abominables que habrían supuesto la deshonra hasta para los gatos callejeros».

En la cultura estadounidense, ser de Pittsburgh y de clase obrera era una condición claramente «marcada», como ser de Los Ángeles y pertenecer al mundo del cine. Y, durante toda su vida adulta, Warhol hizo más por escapar de sus raíces o por ocultarlas que por explotarlas o explorarlas. En 1949, recién llegado a Nueva York, el editor de una revista le pidió una sucinta biografía. Pero él no contó casi nada: «Mi vida no llenaría ni una tarjeta postal. Nací en Pittsburgh en 1928, como todo aquel que sea de una planta siderúrgica», escribió, abordando de partida el arquetipo de la tierra de acereros a pesar de que no tenía que ver con él, puesto que su padre en realidad trabajaba en zonas de construcción lejos de casa. Sin embargo, esa biografía constituye un máximo en la revelación sobre sí mismo. Una vez llegó a triunfar de verdad en Nueva York, la historia de Warhol se volvió aún más incierta: había nacido en 1929, o quizás en 1930, o incluso en 1933 —mentía sobre su edad hasta a su médico—, bien en las elegantes ciudades de Filadelfia o Newport (Rhode Island), bien en las humildes Forest City o McKeesport (Pennsylvania). Durante los treinta y ocho años que Warhol residió en Nueva York, apenas regresó unas pocas veces a su ciudad natal, «el peor sitio en el que he estado en mi vida», tal como lo describió. A un compañero de clase de la universidad le contó una vez que el *smog* hacía que una camisa blanca acabara negra al final del día. «Nunca hablo sobre mis orígenes y, de todos modos, cada vez que me preguntan cuento algo distinto», admitió una vez Warhol; o algo similar dijo, en una entrevista en la que sus palabras fueron reorganizadas e incluso inventadas. En 1965, había contado en *Who's Who* que había nacido en Cleveland, en la aristocrática (y ficticia) familia Von Warhol. Dos años después, un estudioso del artista se desesperaba: «En términos generales, suele creerse que nació en algún momento entre el 27 de julio y el 17 de agosto y que tiene entre treinta y nueve y cuarenta y siete años». La confusión se mantuvo hasta los años noventa.

El pop art de Warhol se describe a veces como una celebración de sus humildes orígenes —muchos de los otros *popsters* eran más de clase media—, pero también tiene que ver con un ascenso social a partir de esas raíces. En su infancia de verdad no hubo atún de

supermercado, ni latas de sopa Campbell's ni ninguna otra de aquellas deslumbrantes marcas de los Estados Unidos de Eisenhower que Warhol reflejaría después en sus obras. Antes de la Segunda Guerra Mundial, estos eran aún productos dirigidos a la élite. (No fue hasta principios de la década de 1960, época en la que Warhol se dedicaba a hacer comentarios irónicos sobre estas marcas, cuando empezó a persuadirse a la clase trabajadora para que las adquiriera). Una mujer que fue vecina de los Warhola en la década de 1930, y que seguía viviendo en la casa de su infancia en 2015, decía que ella no recordaba que en la cocina de su madre hubieran entrado productos envasados de ninguna clase, y eso que su familia era relativamente próspera. Según decía, «envasados» significaba meter tus propios vegetales en frascos de vidrio.

Julia cocinaba con bastos utensilios hechos a mano por Andrej y, en las épocas en las que los Warhola podían pagar algo mejor que el kétchup aguado, su sopa era comida de inmigrantes. La hacía la propia Julia, casi a diario, a partir de tomates, colinabos y rábanos que ella misma cosechaba o, como recordaba uno de los hermanos de Andy, del pollo que tenían en el jardín. La familia hacía su propia salchicha *kolbasi*, en vez de comprarla ya preparada en una carnicería. Incluso en la época en la que la carrera de Warhol ya estaba despegando en Nueva York, Julia seguía ofreciendo a las visitas sopa de pollo totalmente casera, no calentada de una lata.

Andy Warhol no nació en los peldaños inferiores de la escala social. Incluso para los bajos estándares de la clase obrera de Pittsburgh, Warhol estaba aún más abajo, en el barro al pie de la escalera. El acento marcadísimo de sus padres no se correspondía con ninguno de los que podían oírse habitualmente, que eran casi respetables: el escocés, el alemán, el irlandés o el italiano. Los Warhola quedarían dentro de la categoría genérica de «eslavos» y, como figuraba en *The Pittsburgh Survey*: «El eslavo es lento y sin ninguna característica extraordinaria que pueda dejar impresión alguna en la mente de la comunidad [… y] carece de la energía tan característica del italiano».

En el título de uno de sus capítulos, aquel estudio se veía aun en la necesidad de recordar a sus refinados lectores, en el decente acento escocés de un Carnegie, que «A Slav's a man for a' that» [«un eslavo sigue siendo un hombre»]. *The Pittsburgh Survey* condenaba que los eslavos se vieran obligados a pagar los alquileres más altos y el menosprecio al que los sometían sus vecinos inmigrantes a causa de «su disposición desde el primer momento a trabajar por cualquier salario y en cualesquiera condiciones». Entre los trabajadores no cualificados, explicaba el estudio, «puede decirse que los eslovacos,

croatas, serbios y rusos (ortodoxos griegos) son los que realizan las tareas más duras, arriesgadas y perjudiciales para la salud». Y en torno al 80 por ciento de los trabajadores de la gigantesca Carnegie Steel eran eslavos.

Andrej Warhola sénior, uno de esos eslavos «fornidos y sumisos» que buscaban los capataces de Pittsburgh, nació en 1886 en una famélica aldea llamada Miková, en lo que entonces era el remoto extremo oriental del Imperio austrohúngaro. Estaba poblada por un grupo étnico poco conocido al que hoy se da el nombre de cárpato-rusos, rutenos o rusinos, y uno de los rusinos que vivían en Pittsburgh se acordaba aún de un artículo que publicó en 1930 la revista *Life* donde se describía su tierra natal como «un lugar habitado por la gente menos civilizada de Europa». La aldea sigue siendo famélica, pero hoy se encuentra en Eslovaquia, muy próxima a la frontera con Ucrania y Polonia, al borde de los Cárpatos. Durante gran parte de la vida de Warhol, Miková perteneció al país artificial y multiétnico de Checoslovaquia, y él se refería habitualmente a dicho Estado nación como a la patria de origen de su familia, aunque era bien consciente de que se trataba de una entidad política del todo artificial creada no hacía demasiado tiempo. Como muchos otros inmigrantes de su época, Warhol prefería la vaguedad de la definición étnica de las fronteras políticas a una mayor especificidad cultural, aunque sin duda sabía que Checoslovaquia había sido fundada en parte por sus compañeros rusinos, nada menos que en Pittsburgh, en la época en que su padre era un recién llegado.

Miková tenía menos de quinientos habitantes cuando Andrej era niño, aunque eran los suficientes para que la ciudad se dividiera en una parte «alta» y otra «baja». Todos vivían de la tierra: cada familia tenía un pequeño molino para moler su grano, con el lino y el cáñamo locales se hacían tejidos, y las ovejas de cada familia les proporcionaban queso, lana y pieles. Aun así, era difícil asegurarse la subsistencia sin el trabajo estacional que ofrecían las granjas de mayor tamaño de las tierras bajas de Eslovaquia o Hungría. Hacia 1914, cerca de un cuarto de millón de estos aldeanos consideraron que el brutal viaje a Estados Unidos, que conllevaba la bancarrota e incluso la ilegalidad, y al que, una vez allí, seguía un trabajo manual cruel, era una mejoría con respecto a la vida en su tierra de origen.

En 1909, los Warhola —o, mejor dicho, «Varchola»—, pertenecientes a la parte alta de la ciudad y poseedores de una pequeña parcela de tierra bastante decente y varias colmenas, vivían con más acomodo que otros mikovanos, pero aquello tampoco era ninguna maravilla. No era suficiente, en todo caso, para impresionar a Julia Zavacky, una aldeana de diecisiete años perteneciente a otra familia, también de la Miková alta y que ostentaba el mismo estatus

de mediana pobreza que la de Andrej. Seis décadas más tarde, Julia recordaba haber llorado ante la perspectiva de su matrimonio arreglado, aunque fuera con el «guapísimo» de Andrej, hasta que él compró su afecto con un legendario regalo de caramelos. Es posible que los dulces de Andrej pesaran menos que sus contactos estadounidenses: él ya había hecho una incursión al Nuevo Mundo en algún momento en torno a 1905, donde probablemente trabajó durante un tiempo breve como minero de carbón. Por lo general, esa era la primera ocupación para cualquier inmigrante eslavo recién llegado a Pennsylvania, y a Warhol a veces le gustaba decir que su padre se dedicaba al trabajo obrero común (en los casos en los que no estaba ocupado negándolo).

La boda, celebrada en mayo, fue, en recuerdo de Julia, una grandiosa reunión de tres días, en la que le arreglaron el cabello «como si fuera de oro». Andrej llevaba cintas y un abrigo blanco y se celebró un banquete con «huevos, arroz con crema de mantequilla, pollo, fideos, ciruelas con azúcar, pan normal, pan bueno, galletas caseras…» y, además, una banda de siete músicos romaníes.

Pocos años después, sin embargo, Andrej se fue de nuevo a Estados Unidos, esta vez acompañado por su hermano menor, Jozef, y dejó atrás a su esposa y a su hija de cuatro días; nunca más volvió. Huía del servicio militar obligatorio que debía realizar en el ejército austrohúngaro. En los barcos de vapor trabajaban unos agentes, a sueldo de los industriales estadounidenses pero que usaban el atuendo popular local para evitar a las autoridades imperiales, que recordaban a los jóvenes su inminente obligación de cumplir con el servicio militar al tiempo que les vendían los billetes para la travesía a Estados Unidos. Uno de los hermanos Warhola, que se quedó atrás, terminó en el ejército y murió por causa de las heridas que sufrió en la Primera Guerra Mundial. Aunque por la época en la que se celebró la boda de Andrej y Julia, un residente en Pittsburgh veterano de las guerras de Rusia afirmó que «consideraba su experiencia en el campo de batalla como algo bastante normal, comparada con su experiencia en las plantas siderúrgicas. De la primera salió sin un rasguño; en la segunda perdió una pierna».

La marcha de Andrej no debió de sorprender mucho a Julia. Era un suceso habitual en la región, y algunos de sus propios hermanos ya se habían asentado cerca de Pittsburgh, en la zona en torno a Lyndora, donde hoy siguen viviendo sus descendientes. Pero su partida sí la dejó en una situación difícil. Se había quedado atrapada con sus ancianos suegros Warhola, a quienes debía servir sin escapatoria al tiempo que cuidaba de sus propios hermanos pequeños y de una recién nacida. Vivió la primera tragedia de su vida cuando el bebé murió con solo seis semanas.

Durante la Primera Guerra Mundial, los alemanes y los rusos combatieron por toda la región, y el conflicto afectó directamente a Miková, cuya tierra dejó sembrada de cráneos de soldados muertos que relumbraban «como enormes setas blancas», contaba Julia. Ella huyó a las montañas, en la espesura del bosque. Su casa fue incendiada y lo perdió todo: «Guerra, guerra, guerra… Oh, no imaginas qué terrible». Su padre (otro Andrej) había muerto el mismo año en que ella se casó, y su madre murió el último año de la guerra —según se cuenta, a causa del dolor que le infligió una historia falsa que decía que su hijo había fallecido en el campo de batalla—, dejando a Julia con dos hermanas mucho más pequeñas de las que ocuparse. La historia familiar cuenta que Andrej intentó a menudo enviar dinero para que su mujer pudiera reunirse con él en Estados Unidos, aunque siempre lo robaba alguien por el camino. En 1921, Julia consiguió finalmente organizar su viaje, gracias al préstamo de un sacerdote del pueblo.

No es difícil imaginar el contraste entre una vida en los campos y los bosques de los Cárpatos, con otros quinientos vecinos y parientes, y la vida en una ciudad de seiscientas mil personas, ahogada por el humo y atestada de italianos, alemanes, irlandeses, judíos y de algún que otro presbiteriano expresando su desprecio por todos los demás. Andrej ni siquiera había organizado las cosas para que la pareja pudiera vivir entre los suyos, en la llamada *Ruska dolina* —el «valle rusino»—, una cuenca atravesada por un arroyo situada al pie de las laderas y en la que se habían congregado otras personas de su pueblo y habían construido una iglesia.

Para Julia, la vida en Estados Unidos resultaba desconcertante, sentimiento que compartía toda su gente de la *Ruska dolina*, en mayor medida que cualquier otro inmigrante medio. En su lugar de origen, mikovanos como los Warhola y los Zavacky eran simplemente «nuestra gente», no tenían una identidad étnica más específica que esa, ni la necesitaban. Lo que los separaba de otros grupos era más bien los lugares en los que habitaban, aldeas perdidas por las montañas, y no tanto una idea determinada de quiénes eran. En Estados Unidos, sin embargo, todos esos recién llegados debían encajar en una categoría étnica definida, como todo aquel que pasara por Ellis Island. ¿Eran polacos? No. ¿Rumanos? Ciertamente, no. ¿Húngaros, serbios, croatas? Ninguna de ellas. Tenían una lengua propia, parecida al eslovaco y no muy alejada del ruso o del ucraniano, pero, al mismo tiempo, era muy distinta de los tres: *po nashomu*, lo llamaban los paisanos de Warhol, que significa «lo que hablamos». Solo desde la caída del telón de acero se ha convertido el

término «cárpato-rusos» en la denominación preferida para este grupo, que, en la mayoría de los países donde ahora habitan, se reconoce como un grupo con entidad propia.

Los censos de inmigración estadounidenses, así como *The Pittsburgh Survey*, distinguen de vez en cuando a los paisanos de Warhol de otros eslavos señalándolos como «rutenios», pero ese nombre podría aplicarse también a personas que eran más claramente ucranianas o eslovacas. Los Warhola y sus semejantes también podrían llamarse rusinos, aunque se les podía señalar como rusniacos, o incluso, para más confusión, ucranianos o rusos. Un Zavacky de la generación de Warhol decía que él se refería a sí mismo como ruso, aun sabiendo que no lo era, «porque se trataba de un país grande que todo el mundo conocía». Aún hoy en día, los parientes de Julia en Lyndora llaman al idioma de sus antepasados ruso, en vez de otros apelativos igualmente incorrectos como eslavo, checo o eslovaco, que son los que Warhol prefería y que también prefieren hoy algunos Warhola de Pittsburgh. Una mujer que vivía cerca de los Warhola en el Soho los definió como «eslovacos y polacos» —como si se tratara de una especie de criatura eslava de dos cabezas—, mientras que otros vecinos más americanizados pensaban en los Warhola simplemente como en otros *hunkies* más de los que burlarse, dignos de desprecio. El hecho de que sus biblias rusinas y sus periódicos étnicos estuvieran escritos a menudo con los mismos caracteres cirílicos que usaban los comunistas tampoco era de gran ayuda.

El movimiento internacional por la cultura cárpato-rusa ha querido hallar las raíces artísticas de Warhol en la tierra rural de sus padres. Su estilo se ha comparado con la de los huevos de Pascua pintados a mano de los rusinos, ignorando el hecho de que uno de los más notables logros de Warhol fue conseguir distanciarse tanto del trazo manual como de la idea de tener una «mano» característica. Y aunque es cierto que en sus primeras piezas de arte comercial se observa la notable presencia de un elemento popular, este, más que ser específicamente rusino, es lo bastante genérico para que la procedencia de su autor pudiera estar en casi cualquier cultura campesina, o para que cualquier buen ilustrador pudiera haberlo inventado. El estilo de la cultura popular era ubicuo durante los primeros años de Warhol, aunque ese sea un dato en gran medida olvidado en la actualidad.

Probablemente tenga más sentido centrarse en la observación del hecho de que ser rusino —o rusniaco o rumano o ruso— pudo haber colocado a Warhol en una situación muy favorable para crear el arte más genuinamente americano de su nuevo país. En una rara ocasión en la que se le preguntó sobre su identidad étnica, Warhol negó tener el más mínimo interés en ella: «Siempre me siento estadounidense:

cien por cien». Dado que los rusinos no albergaron nunca demasiadas esperanzas de conseguir un Estado propio basado en la identidad étnica, pudieron hacer una inversión especial en la nación no étnica de Estados Unidos, así como en su forma de consumo panétnica: latas de sopa y de atún, automóviles y estrellas de cine, todo ello tema de algunas de las mejores obras de Warhol. En esto, los rusinos se parecían un poco a los judíos errantes, solo que sin la fuerza vinculante de haber sufrido una persecución evidente y generalizada. Los paisanos de Warhol eran «estadounidenses con guion», como los italo-americanos y los húngaro-americanos que tenían por vecinos, solo que ellos no tenían nada que poner delante del guion. Warhol creció siendo «uno de nosotros» en casa, y prácticamente una hoja en blanco —una «fantasía», tal como sugirió un periodista que debería rezar la lápida del artista— en el mundo exterior. Puede que esa sensación general de exclusión fuera el regalo más preciado que le entregaron sus antepasados. Le permitió adoptar el papel de estadounidense común y corriente: estaba en posición de explicarle al país su propia cultura como solo un observador externo puede hacerlo y, al mismo tiempo, de reconfigurarla desde dentro.

Pocos días después del sexto cumpleaños de Warhol, justo antes de que empezara la primaria, su familia ascendió en el mundo con su traslado a la multiétnica Dawson Street. Era una calle de reciente construcción en el extremo sur de un barrio burgués del este de Pittsburgh llamado Oakland, que casualmente estaba situado justo en la cima de colina al pie de la cual se encontraba el enclave rusino. En plena Gran Depresión, Andrej había conseguido de algún modo los tres mil doscientos dólares en efectivo que necesitaba para comprar una bonita casita que había sido embargada por el banco, junto a otra casa propiedad de su hermano Jozef —Joseph, para entonces—, un gigantón que trabajaba en la acería. Los dos hermanos tenían la misma cicatriz en la cara, recuerdo de una pelea de borrachos tras una boda, y la gente les tenía miedo. El registro inmobiliario indica que la nueva casa de Andrej fue adquirida por un dólar, lo que podría ser indicio de algún tipo de evasión fiscal (algo que el propio Warhol tampoco dudó en intentar más tarde, cuando comenzó a ganar dinero).

La casa de Dawson Street, adosada y con la fachada de ladrillo, tenía solo ocho años de antigüedad. Incluía tanto un jardín como una bañera, lujos inéditos para los estándares del Soho, cosas que el Warhol de seis años apreció especialmente. A pesar del embargo, el precio de la casa —poco menos del salario de tres años de un trabajador— era el mismo que el de las otras viviendas que entonces

estaban a la venta en Pittsburgh. Da la sensación de que los años que pasaron en el triste y pobre Soho tuvieran que ver más con una decisión económica (puede que ahorrar para comprarse una casa) que con no poder permitirse algo mejor. Andrej tenía fama de tacaño: en la época en la que vivieron en el Soho, la familia entera se trasladaba cada vez que él encontraba un sitio nuevo que les permitiera ahorrarse unos pocos dólares mensuales de alquiler; él mismo arreglaba los zapatos de sus hijos con unas herramientas que han sobrevivido hasta hoy. Como durante la Gran Depresión el trabajo escaseaba, Andrej dedicaba su tiempo a poner la nueva casa en condiciones para que su familia pudiera mudarse: pulió los suelos, raspó el papel de pared y contrató a un primo que era pintor para que terminara las paredes porque era «muy razonable».

Andrej también parece haber tenido notables aspiraciones sociales. Un vecino lo describió como que estaba «un escaloncito por encima», y según *The Pittsburgh Survey*, los «eslovacos» como él eran «los más ambiciosos y agresivos» de los eslavos. Las razones de la familia al elegir su nueva ubicación en el este de Pittsburgh pudieron tener algo que ver, en parte, con las oportunidades que el lugar presentaba; los urbanistas consideraron el desarrollo de aquella zona como un modelo del nuevo movimiento City Beautiful, y en la presentación que hace *The Pittsburgh Survey* de su denuncia del Soho, se contrastan sus horrores con las bondades de Oakland, cuidadosamente planificadas y enormemente publicitadas: sus parques y sus impresionantes museos, salas de conciertos y biblioteca nuevos.

Durante gran parte de la infancia de Warhol, el símbolo máximo de la excelencia de Oakland se estaba erigiendo a pocas manzanas de Dawson Street. Tanto el horizonte de la ciudad como los titulares estaban dominados por la nueva catedral del saber, la Cathedral of Learning, un rascacielos neogótico de cuarenta y dos pisos situado en el corazón de la Universidad de Pittsburgh, y enorme motivo de orgullo cívico. Como acción publicitaria, la universidad consiguió que noventa y siete mil escolares de la ciudad contribuyeran con peniques a un programa de compra de ladrillos para su construcción. La escuela de Warhol recaudó setenta y seis dólares. Él vería la culminación de la torre desde el porche de su casa —hasta tomó fotografías—, y esa figura colosal de su infancia sin duda tiene que haberse cernido sobre una de sus obras cinematográficas más importantes, las ocho horas de contemplación de ese otro coloso presente en sus horizontes posteriores, el Empire State Building.

La escuela de Warhol se llamaba Holmes Elementary y estaba ubicada en un grandioso edificio de 1893 a solo unas puertas de su casa, en Dawson Street. Allí estudiaban sus lecciones más de mil niños de todos los grupos étnicos. «Era el sitio más maravilloso del mundo

para ir al colegio», contaba uno de los compañeros de clase de Warhol recordando su orquesta y otras ambiciosas actividades que la escuela ofertaba.

Igual que muchas otras escuelas que participaron en el movimiento de educación progresista del siglo XX, Holmes impartía unas ambiciosas clases de arte a los alumnos. «A aquel niño se le daba muy muy bien dibujar —recordaba Catherine Metz, la profesora de segundo grado de Warhol, cincuenta años después de haberle dado clase—. Todos los profesores parecían reconocer sus habilidades artísticas, y le pedían que entrara y pintara una cenefa en el aula o algo similar».

Sin dinero para juguetes ni otros entretenimientos —no tuvieron siquiera una radio hasta que Warhol cumplió los ocho años—, Julia mantenía a sus hijos distraídos con manualidades artísticas. Es un tema recurrente en las historias que los hermanos mayores cuentan de su infancia: «Los tres solíamos sacar sobresaliente en las clases de arte», contaba John. Julia les recompensaba los dibujos buenos con palotes de caramelo, que a menudo ganaba Andy, y siempre tenía a mano material básico de arte. Los tres chicos basaban sus dibujos en fotos de revistas («jugadores de fútbol, aviones y esas cosas») y así siguió haciéndolo el artista durante toda su vida profesional. Además, Julia les alentaba particularmente a copiar fotos de mariposas y ángeles, figuras que después se convirtieron en elementos básicos de las imágenes comerciales de Warhol durante la década de 1950.

Hay una anécdota reveladora, que ha circulado en varias formas, acerca del día en que Warhol empezó en el primer grado, o quizá en el jardín de infancia, según una versión que parece ubicarla en las cercanías de las primeras casas de los Warhola en el Soho. Su hermano mayor, Paul, lo arrastra hasta la escuela (en algunos relatos es un vecino) y Warhol lo pasa tan mal que vuelve a casa corriendo entre lágrimas. Una de las explicaciones del llanto es el bofetón que le pegó una niña de quien Paul Warhola ha dicho a veces que era negra. A menudo, esa borrosa historia del primer día de clase de Warhol se cuenta junto con otra que tuvo lugar en el campo de béisbol del barrio, del que se esfuma en mitad del partido para ponerse a hacer dibujos en los escalones de la puerta de su casa. Poco importa si la bofetada o el partido de béisbol sucedieron de verdad: son hechos que guardan relevancia como relatos de génesis, y su función es la de explicar los orígenes de una persona que, a todas luces, se mostraba menos viril de lo que en Pittsburgh se esperaba de un niño y que después llegó a ser un pionero transgresor de los roles de género. «Se puso a hacer dibujos de flores y mariposas, entonces fue cuando me di cuenta de que era diferente», dijo su hermano John hablando de aquel revelador día de béisbol, y contó también sobre los coloridos tulipanes

que más tarde, con diez años, cuidaría Andy en su jardín. Cuarenta años después, Warhol podría proclamar con orgullo su diferencia: «Todo el mundo sabe que soy una reina».

La prueba definitiva de la particular «diferencia» de Warhol fue quizá el momento en que su hermano Paul le compró uno de los muy masculinos sándwiches de carne y patatas fritas del famoso Primanti's, y solo fue capaz de comerse la mitad.

Al elegir su nuevo hogar en Oakland, un factor decisivo para los Warhola fue su cercanía a la iglesia familiar de San Juan Crisóstomo, que pertenecía a su congregación católica griega (también llamada bizantina). Esta se encontraba al pie de la colina, en *Ruska dolina*, y todos los domingos desde la época en la que vivían en el Soho Julia y los niños caminaban hasta allí acompañados por Andrej, cuando él se hallaba en la ciudad, para confesarse y escuchar diversos servicios. También iban otros días, para asistir a otras ceremonias de su año litúrgico. Sus hijos recordaban a Andrej como un hombre estricto y devoto que prohibía jugar o trabajar los domingos, «pero todo el mundo era así», contaba John Warhola. Probablemente, la religiosidad de Julia fuera similar: quizá asistiera a misa más que otros, pero tampoco era exagerado para el estándar de una comunidad que se había construido en torno a la oración (o, como ellos dirían, «por la oración»). Se ha hablado con admiración de la caminata de «casi diez kilómetros» que hacía Julia para ir a la iglesia desde los pisos que tuvo la familia en el Soho, pero esa distancia incluye el camino de ida y de vuelta, y en aquella época, caminar cinco kilómetros no era para tanto, no era un signo de devoción extrema y sacrificada. Cuando, en 1936, después de la gran inundación, se suspendió el servicio de tranvías, Julia hacía caminar a sus hijos distancias aún mayores solo para visitar a algún conocido, y su cuñado de Miková arrastraba a su familia mucho más lejos para acudir a la iglesia que él prefería. Una vez los Warhola se trasladaron a Dawson Street, el trayecto hasta la iglesia se redujo a un agradable paseo de media hora por caminos sombreados y calles empedradas.

San Crisóstomo, donde bautizaron a Warhol, fue fundada en 1910 por algunos de los inmigrantes rusinos recién llegados a Pittsburgh. Al principio construyeron una iglesia de madera con un campanario en un estilo más bien de Nueva Inglaterra, pero sin reminiscencia alguna de las hermosas iglesias de madera de su tierra natal, en los Cárpatos. Pero para 1932, la creciente congregación necesitaba un espacio mayor. En vez de derribar el antiguo edificio, lo montaron sobre unas ruedas y lo trasladaron a otro solar para que una nueva iglesia de mampostería e inspiración bizantina pudiera ocupar el espacio de la

original. Puesto que Andrej Warhola trabajaba en equipos de traslado de viviendas, es muy probable que estuviera implicado en ese proyecto; de hecho, algo más tarde fue empleado por la misma empresa que se había encargado de la mudanza de la iglesia.

El grandioso edificio de San Juan Crisóstomo se inauguró justo cuando los Warhola se mudaron al barrio. Aquella iglesia era el núcleo de su comunidad rusina, y de la vida de Julia en ella. La identidad rusina, en aquel momento, estaba vertebrada tanto por lo religioso como por lo estrictamente étnico. La peculiar historia de los cárpato-rusos como cristianos era una parte integral de quiénes eran y de dónde venían. En los montes Cárpatos, los cultos cristianos siempre se habían organizado en torno a los ritos y las reglas de las iglesias ortodoxas orientales: la liturgia se cantaba en eslavo eclesiástico (el equivalente eslavo del latín), los sacerdotes podían casarse y los niños eran confirmados siendo aún bebés. Sin embargo, unos cuatrocientos años atrás se convenció a estos feligreses rurales de que juraran lealtad a Roma y al Papa, como una nueva iglesia uniata o rutena a la que no se le exigieron demasiadas modificaciones en su culto. Estrictamente hablando, eso convertía a los Warhola, los Zavacky y su gente en católicos romanos. Sin embargo, una vez en Estados Unidos, se les indicó que debían obedecer a los obispos irlandeses, que no podían soportar las prácticas religiosas de aquellos eslavos, sentimiento que era recíproco. En la década de 1920, el conflicto llevó a Roma a otorgar a los rusinos estadounidenses un nivel propio de administración eclesiástica llamado «exarcado apostólico» para los fieles de rito bizantino de la Subcarpatia, que tenía su sede en Pittsburgh y vínculos con su cultura. El propio nombre ya da una idea de las barrocas complejidades de estas políticas eclesiásticas.

Todos aquellos que etiquetan a Warhol simplemente como «católico» ignoran lo ultrajante que era dicho término en el mundo de Andrej y Julia. John, el hermano de Warhol, habla de la existencia de una «animosidad natural» y aun de una violencia real entre los irlandeses y los «eslovacos» católicos en su barrio de la infancia.

«Ningún católico bizantino se consideraría católico romano», ha asegurado el teólogo rusino, David Petras. Si Julia Warhola hubiera pasado un domingo en una iglesia católica romana de entonces, lo que hubiera visto y oído le habría resultado totalmente ajeno. ¿Por qué el sacerdote murmuraba en latín en lugar de cantar con sonoridad en eslavo eclesiástico? ¿Qué ocurría con todos aquellos feligreses que se quedaban sentados en silencio, rosario en mano, en vez de unirse a la liturgia como hacían ella y su gente? ¿Por qué no se separaban hombres y mujeres, cada uno en su lado de la iglesia? ¿Y por qué aquellos irlandeses preferían los himnos sobrios y pausados en vez de las vigorosas canciones populares a las que ella estaba acostumbrada?

El mismo año en que los Warhola se mudaron a Oakland, el propio Vaticano mostró su preocupación por que las costumbres que tenían los católicos bizantinos en su lugar de origen, especialmente el hecho de que sus sacerdotes pudieran casarse, resultaran «una fuente de dolorosa perplejidad o escándalo para la mayoría de los católicos estadounidenses».

Tanto de niño como de adulto, Warhol sintió que su peculiar identidad religiosa le hacía destacar de alguna forma incómoda: los bizantinos se persignaban «del revés» y celebraban la Navidad el día «que no era». Una sobrina de Warhol hablaba de la Navidad bizantina como algo «muy especial y significativo», comparada con las misas católicas romanas, y la iglesia de San Juan Crisóstomo de los Warhola era muy militante en la preservación de esa condición especial; mostró su resistencia al estamento católico en un momento en que algunas de las iglesias rusinas empezaban a ceder ante él.

Puede que la posterior presencia dominante de una multitud de católicos romanos en los círculos de Warhol, que a menudo se ha señalado como un elemento revelador, no sea nada más que una casualidad estadística. El estudio del artista constituye solo una muestra particular, por lo que no habría razón alguna para esperar que refleje una distribución equilibrada de todas las religiones de Estados Unidos. Quizá resulte más preciso decir que Warhol prefirió la compañía de los inadaptados, buscavidas e inmigrantes como él —por no hablar de los bellos jóvenes de negros rizos—, y que esas categorías incorporarían, de forma natural, un enorme contingente católico, y a varios judíos. Pero al menos algunos de los seguidores más notables del artista —Edie Sedgwick, paradigmáticamente— eran viejos protestantes estadounidenses, el que fue su novio durante toda la década de 1970 era luterano y uno de sus más íntimos confidentes de los últimos años era cienciólogo cristiano. En cualquier caso, no es fácil imaginar cómo habría garantizado Warhol la presencia de una mayoría católica entre sus seguidores: no hay registro de que obligara a los recién llegados a cumplimentar un cuestionario religioso ni de que rechazara a ningún acólito por no hacer una genuflexión ante el Papa.

Los posibles vínculos entre el origen religioso de Warhol y su identidad posterior son complejos. «Cuando Andy era pequeño, pensábamos que iba a ser sacerdote. No decía palabrotas ni siquiera estando bajo presión», contó una vez John Warhola, pero esto parece más un comentario general sobre el carácter del niño que una afirmación de su religiosidad; él ni siquiera asistió a las clases de eslavo eclesiástico que sí tuvieron que soportar sus hermanos. Durante toda su vida, Warhol fue habitualmente a misa, o al menos por fases. Una fuente rusina afirma que era un «miembro implicado» en la

parroquia católica bizantina de su madre en Nueva York. Pero no podemos escudriñar el interior del corazón del artista para descubrir si todo ello traslucía una profunda religiosidad o si era una combinación de pose estética y superstición práctica. Al fin y al cabo, Warhol también llevaba cuarzos para protegerse de las enfermedades, y no sería correcto menospreciar ese gesto como algo menos sensato, menos normal o menos eficaz que la oración cristiana.

Si lo valoráramos simplemente en términos de la cantidad de palabras que dedica a ambas prácticas, los diarios de Warhol desvelan un interés mucho más profundo por sus cuarzos que por su religión. Su forma de rociar toda la casa con agua bendita, como si fuera una especie de desinfectante celestial, parece más pagana que próxima al Concilio Vaticano II. No hay duda de que Warhol no era «religioso» en el sentido de conocer o interesarse por los detalles reales de los preceptos y la teología de su fe, lo cual es un requisito para que se lo pueda calificar a uno como un buen católico, tanto en el rito bizantino como en el romano.

Según su antiguo empleado Bob Colacello, que recibió una educación católica romana, «Warhol decía que la misa ocupaba demasiado tiempo, y que confesarse era imposible porque estaba seguro de que el sacerdote lo reconocería a través de la rejilla y extendería rumores sobre sus pecados, y nunca comulgó porque sabía que hacerlo sin confesarse antes era un sacrilegio».

Sus frecuentes visitas dominicales a la iglesia tuvieron lugar durante la misa solo en ocasiones. Casi siempre aparecía antes o después de la liturgia y se sentaba en silencio en la oscuridad de las últimas filas. «Voy siempre cinco minutos —escribió en su diario—. Cinco o diez minutos». Warhol negaba activamente la existencia de una vida después de la muerte, que es casi la creencia más básica de cualquier fe cristiana. «Yo creo en la muerte después de la muerte», dijo una vez, y que «cuando se acaba, se acabó».

A veces, Warhol sonaba menos interesado en lo divino que en lo estético, como esos ateos y judíos que adoran y estudian, a partes iguales, la arquitectura y las liturgias eclesiásticas: «Me gustan las iglesias. Cuando voy, están vacías. Deambulo por ellas. En Nueva York hay muchísimas iglesias católicas bonitas. También solía ir a algunas iglesias episcopales». La iglesia católica romana de San Vicente Ferrer, que frecuentó en sus últimos años, era, de hecho, un impresionante edificio neogótico alargado que se parecía bastante a las refinadas catedrales protestantes de Nueva York, y habría atraído a cualquiera que tuviera ojo para la belleza. Warhol decía que la liturgia católica siempre le había parecido «deliciosa».

Quizá la costumbre étnica sí desempeñó algún papel en su hábito de ir a la iglesia. Así lo decía una activista rusina hablando de sus visitas

a la misma a la que asistía Warhol en su infancia: «Yo soy pagana, pero sigo yendo allí cada domingo».

Uno de los primeros novios de Warhol aseguraba que, durante la época en la que estuvieron juntos, a principios de la década de 1950, el artista no fue nunca a la iglesia; y una de sus seguidores, que pasó varios años en estrecho contacto con Warhol a mediados de los años sesenta, dijo que no habría imaginado nunca que él fuera creyente de ninguna religión. A principios de la década de 1970, después del «despertar» religioso que, supuestamente, experimentó al recuperarse del balazo, Warhol respondió a una serie de preguntas directas sobre si era católico, o religioso de algún tipo, con un rotundo «no». (Aunque años después, cuando le preguntaron «¿Crees en Dios?», su respuesta fue: «Supongo que sí»).

No hay duda de que Warhol no llevó una vida muy santa, de que creó obras de arte más bien profanas ni de que cometió más pecados mortales de lo que cualquier católico devoto de su época debería cargar sobre su conciencia. El Viernes Santo de 1977, día de conmemoración de la muerte de su Señor, Warhol eligió ver la grotesca película de terror *Carrie* como forma de entretenimiento nocturno. Uno de sus seguidores de la última época, católico, pensaba que actuar en las películas de Warhol era un pecado; su sacerdote, aun estando de acuerdo, le dijo que podría ser perdonado porque lo hacía tan solo por supervivencia. Aunque el prior de la última iglesia de Warhol sin duda era bastante permisivo con él, el estilo de vida del artista era «absolutamente irreconciliable» con la doctrina católica.

A su muerte, el clero católico romano de Nueva York estuvo dispuesto a ignorar su comportamiento impío y dio permiso para la celebración de un homenaje a Warhol en la catedral de San Patricio. Pero, en su funeral de Pittsburgh, el responso lo pronunció un sacerdote católico bizantino que sí señaló que el artista había alejado mucho sus pasos de la Iglesia, y lo comparaba con el ladrón pecador al que Jesús había perdonado. «Tuve que adoptar ciertas medidas defensivas para proteger la imagen de la Iglesia», dijo el sacerdote rusino tras convertirse en el blanco de las críticas.

Tal vez lo más importante que haya que reconocer, sea cual fuere el incognoscible estado del alma de Warhol, es que, para sus contemporáneos, era el típico vanguardista laico, gay, fiestero y de izquierdas, y que esa es la imagen que eligió dejar en el mundo. «Ir a la iglesia es divertido» fue todo lo que dijo sobre la religión en una de sus últimas entrevistas. Después de su muerte, algunos de los mayores seguidores de Warhol han querido blanquear sus costumbres, su moral y su memoria, como si su héroe artístico fuera a parecer más grande si hubiera tenido un comportamiento más convencional y comedido, cuando en realidad gran parte de su grandeza y de su identidad

siempre tuvo que ver con sus transgresiones.

También en términos más prácticos, como influencia estilística, es difícil saber lo que pudieron suponer aquellas visitas durante la infancia a San Juan Crisóstomo. En ocasiones, se ha comparado el uso de los patrones repetitivos que Warhol hace en sus obras con las cenefas de imaginería que decoran la iglesia, pero en la época en la que este llegó a la edad adulta, la serialización era algo ubicuo en el arte moderno y en la cultura de la imagen. Además, la clave de los iconos ortodoxos es que cada uno de ellos tiene un significado y una identidad completamente propios, tal como lo exponen los sacerdotes católicos bizantinos en sus homilías, mientras que las repeticiones infinitas de Warhol trataban tanto de diluir la esencia y el poder de una imagen como de reforzarlos. Warhol convierte el rostro único de Marilyn Monroe en un producto más, disponible en el lineal del supermercado, rodeado de otros productos iguales. En términos de marca, ella era Heinz y Liz Taylor era Hunt's.

Otros críticos han comparado a menudo, con más coherencia, el resplandeciente fondo dorado de algunos de sus cuadros de Marilyn con las pinturas también doradas que hoy pueden verse en el retablo gigante del altar de la iglesia a la que acudía la familia. Por desgracia para esta teoría, existen fotografías antiguas que demuestran que toda esa imaginería dorada se instaló allí mucho después de que Warhol dejara de pasar los domingos en San Crisóstomo. En aquella época, el retablo estaba cubierto de imágenes de santos con fondos de paisajes inspirados en las pinturas del Renacimiento italiano. Esas eran también el modelo de los santos que los feligreses habrían visto en las pinturas de las iglesias de su país de origen, y en ellas resultaba más vistoso el azul del cielo que el oro bruñido.

Hay otro referente que tiene más probabilidades de encontrarse en el origen de los dorados de Warhol: los iconos rusos de una famosa exposición que se celebró en 1944 en el museo de arte de su localidad, donde Warhol asistía a clase. Dicha exposición desató un furor nacional por ese tipo de arte durante el año en que Andy acababa la secundaria. En su manual de arte de la universidad había también un capítulo sobre «Arte primitivo cristiano y bizantino», que incluía toda una sección sobre iconos y en el que la única lámina a color que aparecía era la imagen de un mosaico dorado. «Mirábamos toda clase de libros de arte, eso es lo que se le daba bien a él, captar los detalles», recordaba uno de sus compañeros de clase de la universidad. En 1954, un artículo de *The New York Times* sobre tarjetas de Navidad —que incluía una un poco boba de Warhol—, habla de cómo el gusto por lo bizantino iba ganando terreno.

O quizá todo este asunto del dorado sacro, del de todo tipo, no sea más que una pista falsa en el análisis del pop art de Warhol. Eso es lo

que piensa uno de sus novios de los años sesenta: «Los dorados está ahí porque a Andy le gustaban el oro y los brillos. […] El dorado de la *Marilyn* dorada no se refiere a ningún icono bizantino; si acaso fuera una representación de algo, sería de Miami Beach».

Hay una última imagen mental de San Crisóstomo a la que es difícil resistirse. La del joven Warhol, sentado en la iglesia cada mes de julio, con ocasión de la gran celebración católica bizantina de San Pedro y San Pablo, mirando el icono de los dos apóstoles, a quienes a menudo se representa besándose. De forma totalmente casta, por supuesto.

Un niño alegre de Pittsburgh.

2
1934–1945

VIDA FAMILIAR | ESCUELA | ENFERMEDAD | EL INSTITUTO CARNEGIE | SCHENLEY HIGH | A LA UNIVERSIDAD

«Tan genuino como una huella dactilar».

En las fotos se ve a un niño estadounidense corriente y contento: un escolar flaco de primer curso con el pelo cortado a tazón y una sonrisa bobalicona sentado al lado de su estilosa madre; un niño de ocho años con los dientes separados y demasiada brillantina Brylcreem en el pelo pajizo que va ataviado con una corbata; un chaval de secundaria bromeando con sus hermanos adolescentes. Durante los primeros años en Dawson Street, y hasta bastante después, la existencia de Warhol se pareció mucho a la de cualquier otro crío del barrio.

Andy jugaba con sus hermanos, con sus vecinos y con Lucy, la mascota de la familia, un lanudo perro castaño llamado así por Lucille Ball. (También tenían un gato blanco y dos algodonosos conejitos en un cobertizo que había en el jardín: el negro era de John y el blanco, de Warhol, que se disgustó muchísimo cuando murió). Andy iba al colegio, al parque a patinar o a jugar con el trineo, leía cómics y hacía sus pinitos artísticos. Un amigo de la infancia lo recuerda tan interesado en divertirse como cualquier otro niño del barrio, y también recuerda cómo se desplomaba al más mínimo contacto durante los partidos callejeros de hockey. Como todos los niños de Pittsburgh, iba al cine con tanta frecuencia como podía. Si Julia no podía darle los once centavos que costaba la entrada (diez centavos más uno de impuestos), quizá lo invitaran sus hermanos, que ganaban uno o dos centavos, o diez, vendiendo periódicos y cacahuetes en la cancha de béisbol. Paul consiguió subcontratar a otros niños más pequeños, y les enseñó a hacer que las bolsas de frutos secos parecieran más grandes de lo que eran. Los chicos vendían también botellas usadas a los fabricantes de alcohol ilegal y cajas viejas a los chatarreros, y en invierno limpiaban con palas la nieve de las entradas de las casas y retiraban la ceniza del carbón. Paul también sustituía, los *sabbat* y otros días santos, a aquellos de sus vecinos que eran judíos practicantes cuando no podían atender sus negocios, y atribuía su ética de trabajo a esta influencia judía. Los Warhola fueron, como mínimo, una familia industriosa, con unos estándares de trabajo duro

e ingenio empresarial que Warhol mantuvo hasta el final de sus días.

Julia aportaba también dinero extra, especialmente durante la época de la Gran Depresión, en la que Andrej no ingresaba lo suficiente. La empresa en la que trabajaba trasladando edificios, Eichleay Co., hizo grandes recortes en la década de 1930. A finales de esa década, Andrej iba saltando de un trabajo a otro como jornalero. Declaró a los oficiales del censo que, en todo 1939, había ganado mil doscientos dólares; y una década más tarde, un obrero siderúrgico de Pittsburgh contaba que incluso ganar el doble hubiera significado «tener que repasar la lista de la compra con unas tijeras de podar». Los Warhola también alquilaban habitaciones a inquilinos, algo que era bastante habitual entre las familias rusinas y otras de su barrio. Para hacer hueco a los huéspedes judíos —«ellos tenían los negocios; eran ellos quienes tenían dinero»—, todos los niños dormían juntos en un colchón en el suelo del desván, al lado de la cama de sus padres. «Con lo que yo soñaba —contaba Warhol durante su época de esplendor— era con tomarme un vaso de zumo de naranja recién exprimido por la mañana y con tener un cuarto de baño propio». De hecho, el desayuno en Dawson Street era siempre igual: un tazón de copos de avena, media naranja y el vaso diario de leche con cacao en polvo que tomaba Warhol.

Además de limpiar casas —que en aquel momento era la ocupación habitual de las mujeres inmigrantes de Europa del Este—, Julia Warhola fabricaba también flores brillantes con viejas latas de melocotón en almíbar y las vendía de puerta en puerta con sus hijos por veinticinco centavos. Empleó esos fondos para comprarle a Warhol unas zapatillas nuevas. Poco antes de morir, el artista atribuyó a aquellas latas que usaba Julia la inspiración para pintar después las latas de sopa Campbell's. Sea o no cierta esta historia sobre el nacimiento del pop art, ocurrida veinticinco años antes de que Warhol la relatara, lo que sí demuestra es su deseo de dar crédito a su madre como referente de su primera obra de gran éxito.

Podría pensarse que para el pequeño Andy sería un suplicio tener que ayudar a su madre a vender sus artesanías, pero resulta que él compartía ese espíritu emprendedor y empezó a ganarse su propio dinero para la entada del cine ofreciéndose a dibujar retratos de los vecinos. Aquellos primeros mecenas de Oakland anteceden a las Dolly Parton, los Giorgio Armani y demás clientes que hicieron tan rentable la última década del artista.

Warhol se ganó reputación de tímido, en especial de adolescente y de joven adulto, pero es posible que eso tuviera siempre más de teatro que de verdadera incapacidad. Lo que recordaban las primas Zavacky es que Andy era tan pillo que tenían que atarlo a uno de los postes de la cama cuando le hacían de canguro (asegurándose siempre de que su

madre no llegara a enterarse). El hijo de su casero del Soho recordaba a Warhol como «un demonio terrorífico» que una vez se le orinó encima, gesto que no se corresponde exactamente con una persona que esté deseando pasar inadvertida. En su manual de psicología de la universidad, al lado de un fragmento que habla de hacerse pis en la cama como de un «comportamiento para llamar la atención», Warhol escribió: «¡He mojado la cama! ¡Ja, ja! Lo siento, mamá».

Lo que Warhol no podía saber es que la enuresis es también un síntoma común de un trastorno neurológico que no parece imposible que él tuviera de niño, y que modeló el resto de su infancia y quizá de su vida. Apareció por vez primera en la primavera de 1937, cuando él tenía ocho años, hacia finales del tercer curso, después de contraer una infección de estreptococos que derivó en escarlatina. En aquella época, anterior a los antibióticos, la enfermedad era intratable, y derivó en un peligroso trastorno autoinmune conocido como fiebre reumática. La enfermedad de Warhol avanzó, como era frecuente en aquellos días, y dio paso a un trastorno neurológico llamado corea de Sydenham, al que solía denominarse el baile de San Vito. Casi de la noche a la mañana, un niño perfectamente normal se transformó en un caos de miembros retorcidos y gruñidos incontrolables. La corea de Sydenham estaba empezando a detectarse en aquel momento, y un joven médico lo describió así: «Los repentinos espasmos y contracciones de los músculos faciales producen las alteraciones más abruptas y extrañas en la expresión del rostro. […] Casi invariablemente se presenta una pérdida del sentido moral. El niño muestra una irritabilidad, sensibilidad, desobediencia o egoísmo crecientes». Hoy en día, algunos médicos barajan la posibilidad de que tuviera PANDAS, un trastorno similar asociado a estreptococos que asimismo presenta tics y síntomas psiquiátricos, entre los cuales se encuentra la enuresis, que se asemejan mucho a los que padeció Warhol. Todos sus familiares hablan de ese momento como algo transformador, hasta tal punto que a veces mitifican la enfermedad como si fuera algo parecido a la peste. Sin embargo, John, el hermano juicioso de Warhol, insistía en que la enfermedad no fue tan grave como otros la habían pintado.

La realidad es que la enfermedad original, que sí tenía el riesgo de ser mortal, habría dejado a Warhol confinado en la cama durante algunas semanas y, después, la corea de Sydenham o el PANDAS habrían hecho que el niño se viera afectado durante unas pocas semanas o meses más por episodios de espasmos y, en su caso, de desvanecimientos, pero no le dejaron una discapacidad permanente. (Aunque las recurrencias no son en absoluto raras, las pruebas documentales demuestran que el recuerdo que Warhol tenía de haber sufrido tres ataques anuales era correcto). Más interesante aun es que

los científicos han descubierto recientemente que existe una relación entre la fiebre reumática infantil y el desarrollo de algunos problemas psiquiátricos en la madurez, como comportamientos obsesivo compulsivos y trastornos graves de percepción de la imagen corporal, lo que ahora se llama dismorfia corporal, que son justo los síntomas que él manifestaba de adulto: Warhol era un acumulador compulsivo y un obseso de la higiene, atrapado en la idea de que él mismo era repulsivo. En 1973, la revista *Vogue* le preguntó en qué tenía ocupada la cabeza y la mitad de sus respuestas tuvieron que ver con preocupaciones típicas de los trastornos obsesivos compulsivos como la limpieza («Si sé que hay polvo en un cajón de la mesa, no puedo dormir») y la seguridad («¿Están apagados todos los cigarrillos? ¿Está cerrada la puerta de atrás? ¿Funciona el ascensor?»). Warhol dijo una vez que tenía la sensación de que le faltaban algunas de las «sustancias químicas» que tenían los demás, y parece que no era una intuición desacertada sobre lo diferente que funcionaban sus conexiones cerebrales. Es posible que sus familiares tuvieran más razón de lo que creían, y que Andrew Warhola empezara a convertirse en el artista Andy Warhol, en un sentido bastante concreto e incluso neurológico, en paralelo a su enfermedad de la infancia. Aquellos temblores fueron lo primero que le hicieron distinto de las personas que lo rodeaban; de hecho, una de sus compañeras de juegos recuerda que los niños de Dawson Street se burlaban de sus espasmos. Es posible que los efectos que la enfermedad dejó en su psique multiplicaran esa diferencia.

Otro síntoma del trastorno PANDAS es la manifestación de un apego irracional a uno de los progenitores y, según cuenta la historia familiar, Warhol empezó a dormir con su madre en el comedor y su padre se fue al desván con Paul y John. Pero en lo que respecta a los amantes del arte, la enfermedad le reportó, probablemente, más bien que mal. Walter Hopps, un comisario de arte que fue amigo de Warhol en la década de 1960 —y que de adulto también mantuvo los hábitos más extraños—, contaba que de niño sufrió episodios de fiebre reumática que lo «aislaban del resto de los niños, así que lo que yo vivía en el mundo de la imaginación». Warhol estaba en el mismo barco, solo que él tenía la ayuda de su madre para alimentar su imaginación. Estar confinado en la cama lo colocó en una posición perfecta para absorber toda la excentricidad creativa de su madre.

«Mi madre me leía lo mejor que podía, con su acentazo checoslovaco, y cada vez que terminaba *Dick Tracy* yo decía siempre "Gracias, mamá", aunque no hubiera entendido ni una sola palabra».

Es probable que el contexto infantil clave para entender la posterior genialidad de Warhol como artista no tenga tanto que ver con lo

general de sus raíces rusinas como Warhola —en las anécdotas que contaban los hermanos casi nunca aparece su padre, a quien Paul consideraba una «vaga presencia»—, sino con haber sido hijo de Julia Zavacky. Al fin y al cabo, ¿cuántas mujeres de obreros consideraban entonces natural tener entretenidos a sus hijos haciendo actividades artísticas, o tenían en su casa los útiles necesarios para ello? Cierta vez, el artista le dijo a un crítico que estaba proyectando escribir un libro sobre él: «El libro debería ser sobre mi madre. Ella era taaaan interesante».

Todas las historias que se cuentan de la infancia de Julia subrayan sus dotes artísticas. Ya sean o no exactos los detalles, todos esos relatos dan una buena idea general de cómo la recordaban los demás. (De todos modos, hay que mantener cierta precaución, pues quienes cuentan esos recuerdos estaban «rememorando» a una mujer que ya se había convertido en la madre de uno de los mejores artistas de la historia, así que no podían evitar pensar en ella como tal). Según se cuenta, de niña, Julia ayudó a decorar la iglesia de Miková, labor que, habitualmente, estaba reservada a los hombres. También se dice que practicó el arte rusino de la pintura ornamental de casas, y que ella misma se las ingeniaba para mezclar los colores tradicionales cuando carecía de fondos para adquirir pinturas premezcladas.

Era conocida por entonar cánticos ortodoxos en la iglesia —actividad que, de nuevo, suele estar reservada a los hombres— y canciones populares en casa. (Ambos géneros musicales se solapan más entre los rusinos que en otros grupos). Julia no transmitió a Warhol talento musical alguno, salvo tal vez en forma de una especie de disposición general a actuar, que se reveló en las incursiones de él en la danza y el teatro.

Quizá el don más importante que Julia legó a su hijo sea lo que podríamos llamar el «estilo Zavacky»: el deseo de ser reconocido como alguien distinto, excéntrico y, en un sentido impreciso, con un aire más culto e interesante que los demás. Puede que los integrantes del círculo neoyorquino de Warhol consideraran que aquella mujer que vivía en el sótano de su casa era la típica *babushka* de su tierra natal, pero de ser así, sería solo por su incapacidad de ver más allá de sus clichés, de ver a la mujer, mucho más interesante, que había detrás de ellos. «Todo el que pasaba por allí la tomaba por tonta, pero Julia era brillante más allá de lo imaginable… maravillosa. Y mucho más inteligente que Andy… mucho más inteligente», contaba uno de sus amigos, que llegó a conocerla especialmente bien. En 1966 Warhol armó una película underground entera en torno a Julia, en la que ella interpreta todos los clichés sobre las *babushkas*, pero también les da la vuelta de formas dignas del artista de su hijo.

Aquellos que han visitado recientemente a los Zavacky de Lyndora,

con quienes Warhol pasó muchos fines de semana cuando era niño, han comprobado que siguen viviendo en el mismo peculiar complejo familiar donde han residido durante décadas, deleitándose aún en una especie de singularidad culta. Los primos de Lyndora de Warhol son célebres por agasajar a todos los estudiosos del artista que los visitan, ofreciéndoles atracones de historias y *pierogis* rusinos que se prolongan durante todo el día. Hay una película en la que se los ve bramando a pleno pulmón las canciones típicas de su tierra natal y afirmando su parentesco con el personaje más famoso de la familia: «Cuando leímos parte de su libro *Mi filosofía*, nos entró la risa, porque no nos habíamos percatado de cuánto se parecía a nosotros». Dicen que el abuelo Jan Zavacky —después John—, el hermano de Julia, tenía una constitución poco apropiada para realizar el trabajo fabril que hacían sus compañeros, y por ello abrió una tienda de ultramarinos. Jan aprendió a tocar el violín y el violonchelo de forma autodidacta, y con este acompañaba la música de los discos clásicos que compraba. (El propio Warhol tomó clases de violín de pequeño, pero lo dejó porque su profesor era mezquino).

También se dice de Jan que era notablemente culto, ávido lector en ruso, griego, rusino, antiguo eslavo eclesiástico e inglés, y tanto en cirílico como en alfabeto romano. Los padres de Warhol también sabían leer ambos alfabetos, y Andrej incluso los mezclaba en sus cartas. El hermano de Julia fue uno de los fundadores y líderes de la iglesia católica bizantina de Lyndora, lo que daba a aquel hombre, propietario de un comercio, un aura de eminencia cultural a la que su cuñado Andrej, el peón, no podía aspirar.

Puede que tanto el niño como su madre y el resto de la familia interpretaran la enfermedad de Warhol como un signo más de la singularidad Zavacky, y como una oportunidad para hacerlo más Zavacky aún.

Estar enfermo dio a Warhol la rara oportunidad de vivir ocupado tan solo en la «cultura», de una u otra clase. Él recordaba que su madre le decía constantemente: «No puedes ir a ningún sitio ni hacer nada». Pasaba los veranos «escuchando la radio y tumbado en la cama con mi muñeco Charlie McCarthy y mis recortables de papel sin recortar, esparcidos sobre la colcha y metidos debajo de la almohada», escribió Warhol. También estaban todos los materiales que usaba para dibujar y pintar (su libro favorito para colorear era uno de chicas, *Blancanieves)*, y cómics de los que copiaba imágenes, tal como haría en sus primeras obras de pop art un cuarto de siglo más tarde.

«Andy siempre pedía imágenes —contó su madre unos años antes de morir—. Yo le compro cómics. Recortar, recortar, recortar bien.

Recortar fotos. Ay, le encantaban los dibujos del cómic». Su hermano Paul explicaba que le enseñó a usar una bola de cera tibia para transferir las imágenes de las viñetas cómicas de los periódicos dominicales a otra hoja de papel, precediendo la técnica de la *blotted line* («línea manchada»), que después perfeccionaría Warhol en la escuela de arte.

Parece que fue también por esa época cuando el pequeño Andy empezó a usar la nueva cámara de la familia, una Baby Brownie Special, de un dólar y veinticinco centavos. Poco tiempo después, sus hermanos le habían construido un cuarto oscuro en la despensa del sótano, habitáculo que su padre había excavado por sus propios medios. Puede que ese sea el momento en el que se fraguó verdaderamente el futuro artístico de Warhol, pues casi todas las imágenes importantes que llegó a dibujar o pintar estuvieron basadas en fotografías. Un historiador del arte llegado de Marte fácilmente podría considerarlo un fotógrafo que después hacía serigrafías de sus imágenes, en lugar de un pintor que trabajaba a partir de fotografías.

Pero lo que de verdad empezó a dominar la vida cultural de Warhol fueron las películas. Pittsburgh estaba entregada a la locura por el cine quizá aun en mayor medida que el resto del país: presumía de ser la primera ciudad del mundo en la que se había abierto una sala de cine. Warhol compartía esa obsesión. Si no conseguía hacerse con los once centavos que costaba la entrada, ni que se la pagara algún vecino por llevar a su hijo al cine, se colaba escabulléndose entre los acomodadores. Su hermano John dijo que eso era «lo peor que Andy ha hecho en su vida».

Se cree que esa también fue la época en la que Warhol montó su propia sala de cine, o algo parecido, precedente de la sala de cine porno que organizó a finales de la década de 1960. Julia se gastó la friolera de nueve dólares —nueve días de trabajo—, ahorrados con lo que ganaba limpiando casas, en comprarle a su hijo pequeño uno de aquellos nuevos proyectores de cine domésticos que este le había pedido. Por lo visto, lo compró sin conocimiento de su marido. Con su dinero, consiguió un aparato eléctrico más que decente.

«Andy compró una película de Mickey Mouse o algo así y la proyectaba en la pared una y otra vez», contaba John Warhola. Décadas después, el artista le dijo a un amigo que Mickey era su actor favorito y Minnie, su actriz favorita. «Cada vez que algún pariente le daba unos centavos, los ahorraba para comprarse otra película», recordaba su hermano.

Es posible que esa fuera la época en la que Warhol empezó a componer su álbum de recortes de Hollywood. En él guardaba las fotos de las estrellas de cine que se daban en las salas después de algunas películas, o que compraba por un centavo en las máquinas

expendedoras que había en el parque de atracciones local. También escribía a algunos famosos para pedirles fotografías autografiadas, o recurría a sus hermanos para que escribieran ellos, como dice Paul que hizo él para pedirle a Shirley Temple la famosa fotografía de ocho por diez que Warhol tenía de ella.

Ese álbum de recortes aún existe, y muestra una variedad casi aleatoria de grandes estrellas del cine y de las *big bands*, desde Henry Fonda hasta Carmen Miranda o Mae West, pero también bastantes más de segunda fila. «Best Chesterfield Wishes», le escribió el trompetista y empedernido fumador Harry James, o algún agente de prensa o máquina que firmara por él. En lo que supone un bonito giro, cuando se hizo famoso le tocó a Warhol hacer frente al alud de cazadores de autógrafos cuyas solicitudes desbordan aún sus archivos; en general, era muy cumplidor con las firmas.

La pequeña Temple, nacida el mismo año que Warhol, tenía una página entera dedicada a ella en el álbum de recortes; pero antes de que empecemos a darle demasiada importancia a este hecho, debemos saber que comparte tal honor con el desconocido actor John Shelton. Es posible que la *starlette* inspirara la ambición infantil de ser bailarín de claqué que tuvo Warhol, y que, por supuesto, compartían miles de otros niños de aquel momento.

Dados los icónicos cuadros dedicados a estrellas de cine que pintó más tarde, así como su propia obra cinematográfica y su constante empeño por entrar en Hollywood, resulta tentador leer la cinefilia infantil de Warhol como el embrión de todo lo que llegó después. Y es igualmente fácil interpretarlo en exceso. Casi todos los niños estadounidenses sentían al menos la misma fiebre por el cine que Warhol: en eBay pueden encontrarse numerosas imágenes antiguas de los clubes de fans e incluso álbumes de recortes enteros. La escuela primaria a la que asistía Warhol tuvo que tomar medidas contra los cines cercanos que atraían a sus alumnos durante el horario escolar. Tampoco hay que imaginar a Andy como un bicho raro obsesionado con Hollywood. Lo que le otorgó toda su importancia fue su capacidad para detectar las obsesiones que compartía todo Estados Unidos y abordarlas después desde el ángulo oblicuo del arte. En una foto de 1966 lo vemos exhibiendo aquel retrato de Shirley Temple en la repisa de la chimenea de su casa de Nueva York porque era un detalle normal de su juventud como parte de la clase trabajadora, y lo representa de forma irónica, como un juego.

Otro hombre gay de Pittsburgh que tuvo un álbum de recortes de estrellas del cine en la misma época que Warhol, y que se escapó de casa en dos ocasiones para ver *El mago de Oz*, planteaba una visión interesante sobre los intereses cinematográficos del artista: «No puedo imaginar que a los chicos heterosexuales les interesaran lo más

mínimo [los álbumes de recortes]».

El académico Blake Stimson ya ha comentado el complejo papel que determinadas estrellas de Hollywood como Mae West y Shirley Temple pudieron desempeñar en la afirmación de la identidad gay de un niño. En el caso de Warhol, esa identidad particular, con todas sus recompensas y sus dificultades, terminó siendo la impulsora de una práctica artística que quería ser reconocida por la cultura convencional, pero no formar parte de ella.

Hacia el otoño de 1937, en cuarto curso, Warhol empezó a separarse de sus compañeros, a medida que su identidad artística iba tomando forma. En Holmes, las clases de arte las impartía una profesora llamada Annie Vickermann, una mujer de busto prominente que tenía una voz resonante, con la que recitaba a sus alumnos el *Discurso de Gettysburg*. Les dio una formación canónica y anticuada sobre composición, perspectiva y tratamiento del color. «Sus chicos dibujaban muy bien», cuenta una de sus colegas, y Warhol siempre fue el mejor de todos. La señorita Vickermann consiguió que Andy fuera admitido en las clases de dibujo que se daban los sábados en el Carnegie Institute of Technology (más conocido como el Tech), un lujoso complejo museístico «donde los niños de Oakland pasábamos el rato en invierno, al salir de la escuela: era nuestro sitio, un sitio especial», contaba uno de sus amigos de la infancia. Warhol y sus hermanos estaban entre los asiduos a aquel lugar. «No costaba ni un céntimo», recordaba uno de los compañeros de juegos del barrio.

El Tech, a veinte minutos de casa de los Warhola, era el punto de referencia indiscutible del centro de Oakland. Sus grandiosos auditorio, museos y biblioteca (uno de los lugares especialmente preferidos por Warhol) ocupaban un imponente edificio estilo Beaux Arts que tenía grabados en la fachada los nombres de los héroes de la cultura occidental. Un pintor de la talla de Leonardo se codeaba con otros titanes como Goethe y Beethoven. Los tres aparecieron posteriormente en la obra de Warhol. Dado el modesto nivel cultural de los Warhola, la necesaria inmersión en el lenguaje artístico de Andy solo pudo haberse iniciado en ese edificio. Sin conocer lo que los artistas y el público habían visto, apreciado y considerado como arte en el pasado, Warhol jamás podría haber hecho avanzar el arte de la cultura a la que él perteneció.

Al cruzar el elevado atrio del Tech de camino a sus nuevas clases de arte (existen fotografías de alumnos recorriendo ese camino), Warhol podía deleitarse observando el excelso conjunto de murales que se abría con una diabólica panorámica de la planta siderúrgica de la ciudad, vista precisamente desde las colinas inundadas de humo del

Soho, donde él había nacido. A medida que sus compañeros y él subían las escaleras, el humo daba paso a una escena que muestra a los ángeles del arte coronando a una figura en ascensión que representa el Trabajo: es el propio Andrew Carnegie, ataviado de caballero; una alegoría del ascenso cultural y social que parece que Warhol se tomó en serio.

A los chavales que acudían a las clases de arte del museo se los conocía como «Tam o'Shanters», que por lo visto hace referencia, en una versión escocesa propia del Carnegie, a la clásica boina de los artistas de Montmartre. El programa educativo, de fama internacional, contaba solo con unos pocos años cuando Warhol ingresó en él. El más notable de los profesores era un tal Joseph Fitzpatrick, casualmente vecino de los Warhola en el pulcro sur de Oakland. Era un hombre alto y delgado que daba clase bien acicalado, con traje y corbata, y que apenas estaba en la treintena cuando Warhol lo conoció. Había pasado unos años como supervisor de arte para el sistema de escuelas públicas, que tenía una agenda cultural notablemente ambiciosa, y después dio clases en el Schenley High, al que asistió Warhol, en Oakland.

Fitzpatrick era famoso por ser estricto, y sus clases debieron de tener un aire ligeramente victoriano: hasta seiscientos niños sentados en el gran auditorio del instituto —«la mayor clase de arte del mundo»—, todos ellos con corbata o con pulcros vestidos y dibujando lo mismo. Pero el profesor mantuvo también actitudes modernas: «Impulsaba a los niños y niñas a que se expresaran de una manera propia. En otras palabras, no les decía que un dibujo debía ser de este o de aquel modo […], pero sí les decía que tenía que ser excelente».

Otro de los profesores del Carnegie insistía en que sus alumnos «aprendieran a mirar con belleza». Tocaba al piano piezas de Debussy mientras los pequeños Tam o'Shanters dibujaban «formas que cobraban vida al escuchar las inspiradoras notas». En ocasiones, aquel profesor creaba sus propias piezas abstractas mientras los pequeños cantaban. Fitzpatrick y sus colegas conseguían que los chavales a su cargo «estuvieran enardecidos […] por el arte como concepto», según cuenta otro de los Tam o'Shanters, amigo de Warhol.

Warhol prosperó, y cosechó elogios incesantes por su trabajo, «una obra muy realista […] con una cualidad decorativa que resultaba muy atractiva —recordaría Fitzpatrick más de medio siglo después de que, según contaba, Warhol le causara aquella impresión—. Recuerdo muy claramente lo personal de su estilo. […] Desde el principio Warhol fue bastante original». Pero en las hojas de registro de asistencia a las clases de arte del Carnegie en 1939 figuran casi veinticinco mil nombres de distintos niños derivados desde todas las escuelas públicas y privadas, por lo que sería un error empeñarse demasiado en

considerar al joven Warhol un miembro de una incipiente élite artística. Hasta su hermano John tuvo el talento suficiente para empezar a recibir clase allí al mismo tiempo que Andy, pero lo dejó porque no estaba tan dispuesto como su hermano a perderse los partidos de béisbol con los chicos del barrio.

Hay una declaración del Tech que bien podría haber sido escrita teniendo en mente a Warhol: «Esperamos ver el momento en el que todos encontremos al artista en potencia. Entonces lo nutriremos, como a la abeja reina, con alimentos artísticos especiales […] de modo que no se pierda un posible líder en este campo».

Si bien aquellas clases fueron importantes para el futuro de Warhol, puede que el entorno en el que se impartían lo fuera aún más. Los estudiantes de arte del Carnegie hacían su bocetos y, en ocasiones, pintaban acuarelas en las propias galerías dedicadas al Viejo Mundo del museo, y donde Warhol conoció su colección permanente. En aquellos primeros días, no había muchas obras maestras en exhibición (Andrew Carnegie quiso centrar su museo en obras de arte recientes, con cierta inclinación conservadora), pero albergaba una colección bastante decente de retratos de los Viejos Maestros que preparó bien a Warhol para que desarrollara una carrera como mejor retratista de su época.

Las carencias de la colección permanente del Carnegie se compensaban con una ambiciosa relación de exposiciones temporales que daría robustez a la sólida base de conocimientos sobre historia del arte que Warhol recibió de la señorita Vickermann en la escuela elemental Holmes. Examinar el programa de exposiciones de la época en la que Andy fue alumno del Carnegie es casi como contemplar la prehistoria de su carrera. Cuando el artista tenía casi doce años, el museo organizó una muestra de «obras maestras» europeas que ofreció a Warhol un primer acercamiento a las obras clásicas de artistas como Rembrandt, Rubens o Poussin, y puso el listón muy alto a sus posteriores ambiciones artísticas. En 1941 se inauguró una exposición de Picasso que tuvo gran repercusión: llegaba desde el MoMA e incluía el *Guernica*, el cuadro estrella del momento. Aquella muestra permitió al joven Warhol tomar la medida a su rival más importante del siglo XX, que fue uno de sus favoritos durante la universidad. Más tarde, cuando la fama de su pop art estaba en pleno apogeo, Warhol hizo explícita dicha rivalidad vistiendo las famosas camisetas a rayas de Picasso.

Una exposición de serigrafía le puso en contacto de forma temprana con su técnica pop característica. Otras muestras, sobre el subversivo pintor francés Henri Rousseau y sobre los «artistas primitivos» americanos, despertaron su interés permanente por el arte marginado y el arte popular, modelos fundamentales de su trabajo durante la

década de 1950 y cuyas obras coleccionó durante toda su vida. En fechas tan tardías como 1976, Warhol seguía incluyendo «pintores primitivos americanos» en su lista de artistas favoritos de toda la historia. Un periódico de Pittsburgh publicó un artículo que elogiaba con entusiasmo la muestra de Rousseau en el Carnegie, que consideraba «magnífica», y decía de él que era un artista que «pinta el mundo infantil en términos de adultos. […] Sospechamos que muchos artistas modernos también regresan a su infancia, pero sus excursiones carecen de la franca espontaneidad [de las de] Rousseau». Buena parte del atractivo que guardan las ilustraciones que Warhol hizo en la década de 1950 provienen de su simulación, al menos, de la franqueza infantil.

Otra exposición organizada por el Carnegie, una de autorretratos contemporáneos, animó a Warhol a pintarse a sí mismo, actividad en la que se inició de forma temprana y ya no abandonó. Y algunas exposiciones más del museo —«El artista como reportero », «La exposición semanal estadounidense de arte de revistas», exposiciones anuales de fotografía, la célebre muestra de iconos rusos— parecen pensadas directamente para hacer de Warhol el artista exacto que llegó a ser.

En abril de 1940, el Carnegie publicó una foto de un grupo de estudiantes de arte. Uno de ellos es un escuálido joven cuyos mechones rubios guardan un sospechoso parecido con el peinado de cierto preadolescente llamado Andrew Warhola. Sea o no Warhol el que aparece en la foto, lo que realmente importa es lo que están haciendo esos alumnos que asistían a clase los sábados: concentrados en su trabajo, están dibujando el montón de obras de arte contemporáneo punteras que el museo reunía una vez al año en su famosa exposición Carnegie International.

El museo llevaba acogiendo esa muestra cada mes de octubre desde 1896, la única exposición sobre lo último en arte internacional que se organizaba en todo el país, igualada en escala e importancia únicamente por la Bienal de Venecia. Durante los primeros años de Warhol en Pittsburgh, la exposición la organizaba un hombre llamado Homer Saint-Gaudens, hijo del célebre escultor Augustus Saint-Gaudens. Homer creció entre los primeros artistas modernos de Estados Unidos —John Singer Sargent lo retrató a los diez años—, pero era también un señorito fino que capitaneaba el equipo de esgrima de Harvard.

En París o Nueva York, su gusto quizá hubiera parecido un poco anodino, pero Homer se jactaba de que sus exposiciones internacionales eran tan arriesgadas que hicieron saltar por los aires la «ignorancia autocomplaciente» de Pittsburgh. La prensa local coincidió, disgustada, con su opinión. Uno de los periódicos publicó

en portada un artículo de un crítico de Nueva York en el que este lanzaba un ataque reaccionario contra el primer premio que el «estúpido» jurado de la Carnegie International había otorgado a un retrato de Picasso bastante recatado.

Por supuesto, la polémica tenía sus beneficios (otra lección importante para Warhol): la gente acudió en tropel a una de aquellas exposiciones internacionales que incluía una controvertida pintura que había sido galardonada con el primer premio y se titulaba *Suicide in Costume*. Su autor afirmó que el grotesco payaso muerto simbolizaba «nuestra civilización». El cuadro fue tema de conversación en Pittsburgh durante décadas. Pero, para 1950, un año después de que Warhol dejara la ciudad, Saint-Gaudens podía jactarse de haberse ganado el corazón de los pitsburgueses: «Antes escupían a cualquier pintura moderna desde cincuenta metros; ahora dicen: "No entiendo nada, igual es buena"».

Aparte de enseñar a Warhol que el apoyo a la vanguardia arrojaba dividendos culturales y sociales, las exposiciones Carnegie International que organizó Saint-Gaudens promovían una visión avanzada del arte como una práctica implicada en el mundo que la rodea. Exhibía regularmente obras sobre los horrores de la industria y de la legislación Jim Crow, que defendían la segregación racial, y hasta incluía en ocasiones a artistas negros. El arte, escribió Saint-Gaudens, «debe justificarse a sí mismo; debe medirse por los efectos que provoca en el orden social». Warhol se tomó aquella lección muy en serio. Su obra de madurez causó sin duda un gran efecto —o esa era su intención— en una época en la que muchos otros artistas se centraban en explorar y expresar su vida interior. El cuadro que ganó el primer premio en la exposición de 1941 del Tech representaba linchamientos y otros conflictos del sur de Estados Unidos; mostraba cargas policiales contra manifestantes negros y sillas eléctricas que aguardaban a sus víctimas, por lo que bien podría haber formado parte, en estado embrionario, de la enormemente cargada serie *Muerte y desastres* de Warhol.

En 1940, con Europa en plena guerra, el certamen anual se redujo a una muestra de artistas estadounidenses, e incluyó figuras estelares emigradas como Max Ernst o George Grosz y grandes artistas nacionales como Georgia O'Keeffe, Milton Avery y Edward Hopper. Es especialmente agradable saber que el joven Warhol tuvo oportunidad de ver casi todos los años algunas pinturas notables de Stuart Davis, el verdadero avatar del pop art de aquella generación anterior. Las imágenes de Davis que representan rótulos de comercios y cajetillas de cigarrillos, realizadas con el estilo llamativo y vistoso del diseño de *packaging*, constituyeron para Warhol un ejemplo de que era posible crear imágenes de primera línea basadas en la cultura popular. La

influencia de Davis fue reconocida décadas después por Henry Geldzahler, el poderoso comisario artístico que «descubrió» a Warhol y el pop art.

Cuando era un adolescente de Pittsburgh, Andy no tenía modo de saber que, al despreciar la abstracción, la exposición anual del Carnegie se estaba perdiendo la vanguardia más puntera. Los Warhola compartían el escepticismo general que Pittsburgh mostraba ante el arte abstracto, y puede que esa fuera la semilla de que Warhol mostrara después una tendencia a contemplar la abstracción como una forma artística atrevida, deseable y osada, a la que no tenía acceso.

«El arte estadounidense, hoy en proceso de creación, pertenece al futuro […] la creación fresca y vigorosa de una nueva forma que se aproxima rauda a la madurez, tal vez su Edad de Oro», proclamaba el manual universitario de arte de Warhol, publicado cuando este estaba aún en la escuela primaria. Dicha importante idea —pero incorrecta, de hecho—, la de que el idioma natural de la vanguardia era el inglés americano, debió de quedar ya implantada en la mente del joven Warhol por las exposiciones anuales que se celebraron en el Carnegie durante la época de la guerra. En la década de 1930, cuando se escribieron aquellas frases del manual de arte, estas representaban una proyección ilusoria, pero las ideas que manifestaban establecieron igualmente un objetivo para las ambiciones de Warhol. Una creatividad estadounidense de verdad, tal como le informaba su manual, llegaría algún día «a trascender los incompletos experimentos de principios del siglo XX de forma que pueda crearse un arte universal y un sentido más integral para el futuro de la humanidad». Warhol se dio a sí mismo un papel en la construcción de ese futuro.

En la década de 1930, los sábados de Warhol estuvieron dedicados a aprender a ser artista. Y parece que, después de la corea de Sydenham, el resto de la semana también se dedicó a alejarse de sus compañeros.

Su amistad más reseñable fue con un vecino llamado Nick Kish, cuya familia provenía de cerca de Miková. Según contaba este, ambos eran unos marginados que preferían no «juntarse a gandulear con las pandillas por los rincones» ni jugar a los dados con los duros del barrio. Los chicos tenían, en cambio, aficiones artísticas. Pasaban horas en casa de alguno de los dos, dibujando árboles y el cielo que veían, o niñas a partir de su imaginación: «Si alguna niña que no hubiera sido adecuadamente presentada entraba en tu casa, mamá o papá la echaban a patadas».

A veces iban juntos a dibujar a Schenley Park, una extensión de naturaleza primorosamente cuidada que se cernía sobre la ciudad. «Pintaba la mano de Andy, él la mía. Pintaba a Andy, él me pintaba a

mí», recordaba Kish poco después de la muerte de Warhol. Resulta tentador pensar que un dibujo de este que ha llegado hasta nosotros, trazado a fines de la década de 1940 o principios de la de 1950 y que muestra a dos niños desnudos fundidos en un abrazo, era su fantasía de los ratos pasados con Kish en Schenley Park: en la época en la que lo dibujó, Warhol ya sabría que la carretera del parque que desemboca en Prospect Drive (llamada la «curva de los mariquitas») era una zona gay de *cruising*.

Debió de ser en torno a aquella época cuando su vida familiar empezó a complicarse. Hacia 1939, el problema abdominal que el padre de Warhol padecía desde hacía años comenzó a empeorar. Según cuenta la historia familiar, bebió «agua mala» en una obra de West Virginia y volvió a casa enfermo e incapacitado. Lo confirman los registros escritos, que documentan que aquel año perdió semanas de trabajo y el siguiente, todavía más. Al parecer, fue a unos «médicos alemanes» para que le dieran unas «hierbas», y por lo visto experimentó una mejoría temporal: en marzo de 1941 escribió a Julia unas tiernas cartas a partir de las cuales se entiende que volvía a estar lejos de casa y trabajando duramente. Pero el 6 de mayo de 1942, cuando Warhol se estaba preparando para su graduación de la escuela Holmes, Andrej estaba ingresado en el hospital Montefiore. Murió nueve días después. La autopsia identificó como causa de la muerte una peritonitis tuberculosa (es decir, una inflamación abdominal causada por bacilos tuberculosos), que casi con certeza tuvo que derivar de una infección pulmonar, más que de haberse infectado con agua no potable.

Su hijo pequeño quedó totalmente desconsolado, como le hubiera ocurrido a cualquier chaval de trece años, y se cuenta que le desquició sobremanera la costumbre cárpato-rusina de velar el cuerpo en la casa del muerto, en este caso durante tres días. Incluso según una anécdota Warhol permaneció debajo de su cama durante los tres días del velatorio. La cultura rusina tiene en alta consideración el cuidado en la preparación del cuerpo y el funeral, todo lo cual es meticulosamente planeado por el difunto en vida, por lo que la ausencia de Warhol habría resultado en especial excéntrica y angustiosa.

A los pocos meses de esta crisis doméstica, Warhol se trasladó al instituto Schenley High de Oakland, donde su existencia no fue más fácil. Ya apenas tenía temblores, pero empezó a sufrir graves trastornos dermatológicos. Desde el día en que llegó lo apodaron «Ronchas», y una serie de manchas de vitíligo le desfiguraban el rostro, que parecía una especie de mapamundi. Las zonas despigmentadas de su piel recordaban a manchas de lejía, trastorno que compartía con un pariente Zavacky que tenía el cruel apodo de

«Poni pío» y que lo superó cuando su piel perdió todo el pigmento. Las manchas de Warhol se mantuvieron hasta entrada la década de 1960, aunque existen testimonios de varios tratamientos, y seguía teniéndolas en mente el año en que murió: reprodujo su aspecto en una serie de sombríos autorretratos en los que su rostro aparece cubierto por un patrón de camuflaje. Las clases de natación desnudo, habituales en ese momento, eran una pesadilla para Warhol: las pasaba en la ducha de cara a la pared. «Si alguien me preguntaba: "¿Por qué no entras en la piscina?", tenía que decir: "Por la piel"», escribió una vez. En fechas tan tardías como 1964, la revista *Life* todavía promulgaba la absurda idea de que un mal cutis, especialmente en combinación con la timidez, podía provocar homosexualidad, afirmación que Warhol tal vez desdeñara, pero no ignoraba.

«Tan genuino como una huella dactilar» es el texto que aparece impreso junto a la foto de Warhol en el anuario de Schenley High, y parece ser una forma educada de señalar una creciente rareza que él convirtió en parte central de su identidad adulta. En su época de instituto, ya estaba jugueteando con quién quería ser. Hay un retrato de Nick Kish que hizo en el instituto y está firmado, muy claramente, como «A. Warhol». Aunque tampoco deberíamos sobreinterpretar los primeros cambios de nombre de Warhol: en Pittsburgh, los nombres eslavos estaban en transformación constante. Quizá tenga más importancia el recuerdo que guarda John Warhola de que su hermano pequeño consiguió la protección de un «niño irlandés» que después fue policía. En el instituto, no te buscas protección a menos que tengas algo que te ponga en peligro. «Solíamos llamarlo Rarito. Llevaba los libros de una manera muy femenina y se juntaba con los otros sarasas —contaba un compañero del instituto—. Visto con la perspectiva que dan los años, no estuvo bien decir aquello. […] En aquella época andaba siempre con uno o dos niños más en un pequeño rincón en algún lugar del parque [Schenley Park] o cerca del hotel Schenley». Una vez, John Warhola dijo que, cuando tenía catorce o quince años, su hermano «se juntaba con una panda difícil».

Parece que Warhol encontró un refugio en sus incipientes habilidades como artista. «Cuando tenía unos catorce años, se hizo evidente su interés por el arte. En ese momento, cambió», contaba uno de sus primos. En un acto de recaudación de fondos para un centro de arte local, Joseph Fitzpatrick, que en aquella época era profesor en Schenley High, hizo que su estudiante favorito dibujara retratos de un dólar. «Jamás he conocido a una persona con más destreza que Andy Warhol. Tenía un talento magnífico»: con estas palabras recordaba Fitzpatrick a su alumno muchas décadas después, cuando ya había alcanzado fama internacional.

«Estaba demasiado flaco. Yo siempre me preguntaba si tendrían comida suficiente en casa. […] Había algo poético en él: era sensible, le interesaba el arte», contó Mary Adeline McKibbin, su profesora de arte de décimo grado, quien siempre calificó a Warhol de «sensacional». A ella, su obra pop posterior le gustaba menos: «Su dependencia del sensacionalismo me decepciona», dijo una vez a un periodista. A finales de la década de 1980, McKibbin contó que había alentado a Warhol a presentarse a los Art and Writing Awards del grupo Scholastic, de los que resulta que ella era organizadora local. El concurso estaba abierto a estudiantes de secundaria de todo el país, y los finalistas de cada región presentaban anualmente veinte mil obras de asombrosa calidad para que la valorara el jurado y se expusieran en el Museo de Arte Carnegie.

McKibbin contaba que Warhol ganó un premio, y este hecho se cita a menudo como signo de su temprana genialidad. Pero una abundante cantidad de documentos de la prensa local sobre los concursos de 1944 y 1945 demuestra que este premio no pudo haber sido uno de los principales galardones o becas universitarias, ni siquiera uno de los bonos de guerra que se entregaban a los mejores concursantes de Pittsburgh. A todas luces, lo máximo que Warhol pudo haber logrado fue una «mención honorífica» que no mereció ni la aparición en la prensa, pero cuyo broche de oro llevó durante los años ochenta. Antes de que desarrollara sus gloriosas ideas pop art, el genio artístico de Warhol no fue nunca tan manifiesto como la mirada retrospectiva nos quiere hacer creer.

En Schenley High, contaba Warhol, «yo no era superpopular, aunque supongo que sí deseaba serlo, porque cuando veía a los chicos contándose sus problemas unos a otros, me sentía excluido. Yo no era el confidente de nadie».

McKibbin recordaba al adolescente Warhol como «callado, sensible e intenso. En mis clases, parecía no tener amigos, sino estar inmerso en su trabajo. No era en absoluto problemático, pero sí era difícil conocerlo». Fitzpatrick, compañero de McKibbin y también profesor de arte, tenía un recuerdo similar de su alumno favorito como alguien que «personalmente no era atractivo, sino hasta un poco desagradable. No mostraba consideración por los demás. Carecía de todo tacto. En aquella época era un inepto social y manifestaba poco o ningún aprecio por nada. No era simpático con los alumnos de su clase ni con ninguna de las personas a las que trataba». Uno de sus compañeros de clase estaba de acuerdo en que era «un solitario», pero también era lo suficientemente normal y empollón para formar parte de la patrulla de seguridad de la escuela y estar metido en la creación de una nueva

«cantina adolescente» llamada The Hi-Spot, que celebraba bailes y otras convocatorias los viernes por la noche en la YWCA de Oakland. «Yo no consideraba que Andy fuera el mejor bailarín de swing, pero los bailes lentos se le daban muy bien», recordaba una amiga suya. En su tercer año del instituto, Warhol lucía con orgullo una sudadera de Schenley High. En su historial médico de 1960, se habla de una «disminución de su nerviosismo» durante sus años en el instituto. Quizá estaba empezando a darse cuenta de que su ejemplar estatus de inadaptado podía ser un imán para otros como él.

En Schenley, Warhol pasaba gran parte de su tiempo con una nueva mejor amiga, Eleanor Simon, o Ellie, que provenía de una familia judía modesta pero culta y que en la universidad se ganó reputación de bohemia. Su hermano Sidney, otro compañero de clase de Warhol en la universidad, llegó a ser un destacado comisario de arte. En la década de 1950, época en la que este lo visitó en Nueva York, estaba estudiando a Stuart Davis, un artista protopop cuya obra Warhol había visto a menudo en el Carnegie. Ellie contaba que en Schenley High lo había ayudado a hacer sus trabajos, y que incluso había llegado a hacérselos por completo o dejado que Warhol le copiara.

Esto concuerda con la idea recurrente de que Warhol no era en absoluto un intelectual, y que incluso era una antiintelectual. Es posible que fuera ligeramente analfabeto o al menos disléxico. A pesar de que durante toda su vida tuvo muy mala letra y cometía errores ortográficos y gramaticales, parece imposible que desarrollara una dislexia grave, o era al menos irrelevante, teniendo en cuenta la gran cantidad de libros que sabemos que atesoraba y las claras pruebas de sus vastas lecturas. En caso de que no fuera una deliberada pose artística, la terrible letra de Warhol podría haber sido en realidad un signo no tanto de dislexia, o de la simple inanidad que alegan sus detractores, sino del PANDAS, el trastorno autoinmune que pudo ser la causa de sus espasmos infantiles (en fechas tan tardías como 1975 seguía haciendo alusiones a su «mano temblorosa»). De adulto, Warhol acostumbraba leer periódicos diversos, así como extensos libros populares y, en ocasiones, bastante densos. *El rojo y el negro* de Stendhal y una historia de la pintura fueron las lecturas que llevó en el avión durante su primer viaje a París, en 1965.

Al hospital en el que murió se llevó la nueva biografía de Frank Sinatra, escrita por Kitty Kelley, y los diarios de Jean Cocteau, y no mucho antes había estado leyendo *El mercader de Venecia* en voz alta con un amigo. Un escritor que conoció a Warhol en la década de 1970 decía que el artista puso siempre mucho cuidado en ocultar el hecho de que «había leído una cantidad de libros excepcionalmente amplia y de enorme calidad: mucho más que la mayoría de los artistas visuales, incluido un buen número de los que se consideraban más inteligentes

que él»; de hecho, Warhol conocía la obra más bien oscura de aquel autor, y la comentó con perspicacia.

Y está también el hecho de que, para ser un pintor supuestamente analfabeto, buena parte de la producción creativa de Warhol consistió en publicar libros y una célebre revista. En torno a 1957, el autor francés Philippe Jullian, amigo de Warhol y persona muy culta, recibió una carta del artista a la que respondió: «Sabes escribir bien, me sorprende».

Es obvio que Warhol no era un académico ni un hombre de letras. También está claro que era tan mordaz como el que más, lo cual resultaba obvio a la gente que tenía verdaderamente cerca. «Warhol solo se hace el tonto. Es su estilo. […] Es increíblemente analítico, intelectual y perceptivo —decía de él Henry Geldzahler, uno de sus amigos de la década de 1960 y comisario del Metropolitan Museum of Art (también conocido como Met)—. Andy hace juegos de palabras en francés. Pero, aun así, de vez en cuando sigo cayendo en la trampa. Como una vez que me dijo: "¿De qué iba la Primera Guerra Mundial?". Y yo empecé: "Bien, la Primera Guerra Mundial…". Y luego pensé: "Mira, Andy sabe más del tema que tú"». Emile de Antonio, el primer amigo que tuvo Warhol en el mundo del arte, se enfurecía ante la idea generalizada de que a este se le ocurrían sus obras maestras por casualidad, sin que supiera en realidad lo que estaba haciendo o lo que significaban: «Una mierda. Andy lo sabe siempre».

No hay duda de que Warhol disfrutó de los éxitos de los cerebritos, y también de su compañía, durante toda su vida. En una época, durante las décadas de 1950 y 1960, veía habitualmente al destacado estudioso de Shakespeare, Paul Bertram, y asistía al teatro con él. Este contaba que la conversación de Warhol sobre las obras que veían era tan sofisticada como la de cualquier otro aficionado. Una vez, le advirtió que no leyera con demasiada prisa un libro «engañosamente sencillo» de Upton Sinclair. Una de las historias que se cuenta en su familia dice que Warhol se saltó incluso el primer grado por obtener un resultado brillante en un test de inteligencia. Aunque sus boletines de notas no la confirman, lo que sí refleja esa historia es que era plausible que tuviera fama de cerebrito.

Si Warhol hubiera sido realmente la persona lerda que pintan los relatos según los cuales en Schenley High copiaba las tareas, es difícil imaginar que sus maestros no se lo olieran cuando lo veían entregar buenos trabajos y sacar buenas calificaciones. En una era anterior a la práctica de pasar de curso a un alumno aun con suspensos, si Warhol hubiera mostrado carencias serias, sus profesores no habrían dudado en degradarlo del grupo «académico» superior en el que se encontraba.

Warhol entró ya en el cuadro de honor de Schenley High durante sus primeras semanas allí —Ellie Simon también lo consiguió—, después cursó latín y trigonometría, y fue un orgulloso ayudante en el laboratorio de química. En sus calificaciones hay principalmente notables (incluso en Inglés e Historia nacional), pero también un buen número de sobresalientes (en Arte, por supuesto —asignatura que solo cursó en décimo grado—, pero también en Francés, Historia universal, en Biología y en Álgebra elemental). Solo unos pocos años después, su sobrino, Pauly Warhola, hablaría con orgullo de sus propias calificaciones (simples suficientes) como de «buenas notas». En el test de cociente intelectual, Warhol obtuvo un perfectamente respetable 104 (sea cual sea la importancia real de esta prueba), y se graduó entre el 20 por ciento de los mejores de su clase, en una época en la que la gran mayoría de los chavales de su entorno ni siquiera soñaban con obtener un diploma. De su clase de secundaria solo lo consiguieron setenta y cinco muchachos. (Hubo el doble de mujeres graduadas). Tal como contó después su madre: «Andy muy bueno en colegio. En colegio hace bien. Dice: “Me gusta colegio”. Terminó la escuela en Pittsburgh y mi vecino dice: “Oh, Andy es buen chico. Terminó la escuela”».

Eran los años de la guerra, por lo que para la mayoría de los chicos —y en clase de Warhol solo había chicos—, «terminar el colegio» habría significado graduarse y entrar en el ejército, al menos hasta que se produjeron las victorias sobre los nazis en el otoño de 1944, cuando Warhol empezó el undécimo curso. Por fortuna, sus buenas notas le ofrecieron una vía de escape: a partir de 1942, los estudiantes que estaban destinados a ir a la universidad salían un año antes del instituto para al menos cursar algunos estudios superiores, o hasta obtener un título, antes de partir para la guerra. Gracias a que había asistido a la escuela de verano, sus últimos dos años de educación secundaria quedaron comprimidos en uno.

La guerra también añadió tensiones en la vida doméstica de Warhol. Paul Warhola llevaba contribuyendo a la economía familiar desde 1941, trabajando en las plantas siderúrgicas, pero tras la muerte de su padre se había marchado a la marina mercante. John se hizo cargo de sus obligaciones económicas conduciendo una furgoneta de helados, y después, cuando el mercado laboral sufrió una saturación al terminar la guerra, se asoció a uno de sus primos Zavacky para montar un estudio en el que hacían retratos con una cabina de fotomatón, un paralelismo con el propio trabajo que desarrolló Warhol con ese mismo medio en la década de 1960. «Para mí, Andy era como uno de mis hijos, más que un hermano», contaba John.

En 1943, antes de hacerse a la mar, Paul se casó con Anna Lemak, una chica del barrio cuya madre era de un pueblo muy cercano a

Miková. Aun así, a Julia no le había gustado aquello: Anna ya estaba embarazada, pero su nueva suegra había pensado en otra mujer para su hijo mayor. En cualquier caso, la pareja se fue a vivir al último piso de la casa de Dawson Street, y pagaba un alquiler a Julia. La llegada de la recién casada ocasionó conflictos en el hogar, en especial debido a su desdén por las maneras afeminadas de Warhol. Hay un vídeo de Anna, grabado en la década de 1990, en el que se la ve imitando un gesto muy afeminado con la mano y diciendo: «Cada vez que él movía la mano lo pensaba, que era de otro mundo, ¿me explico?». En una entrevista de una época anterior, un amigo de Warhol de la universidad, Philip Pearlstein cuenta que a los hermanos de Warhol tampoco les agradaba la singularidad de su hermano: «Se burlaban de él».

Aunque Julia dijo después que Andrej le había dejado once mil dólares, correspondientes a más de cinco años del salario de un peón, no hay rastro de ello en ninguno de los documentos de su patrimonio, que registran 1.514,07 dólares en activos y ningún bien inmueble. A pesar de que Julia recibía algunas ayudas de la Seguridad Social, la situación dejó a sus hijos con la carga de mantener a la familia. Warhol contribuyó trabajando una temporada como encargado de un surtidor de soda (desde entonces, ya nunca perdió el gusto por los *diners* clásicos, y hasta llegó a hacer planes para abrir uno), y Julia, por su parte, alquilaba una de las habitaciones de Dawson Street por cinco dólares al mes a los soldados que regresaban de la guerra.

También aportaba el dinero que ganaba limpiando casas, hasta que padeció un cáncer de colon —que inicialmente le fue diagnosticado como unas simples hemorroides sangrantes— que la dejó debilitada. En otoño de 1944 le extirparon el intestino grueso. La operación duró cinco horas y hubo de llevar una bolsa de colostomía por el resto de su vida. Parece que Julia ni siquiera sabía exactamente qué le estaban haciendo hasta que despertó de la anestesia, cosa que no resulta muy sorprendente dada la ética médica de la época.

«Nunca olvidaré el día que Andy se acercó hasta allí justo después de que la operaran. Lo primero que me preguntó fue: "¿Ha muerto *Mumma*?" —contaba su hermano Paul—. Andy sintió una tristeza enorme. […] Intentamos escuchar a mi madre y rezamos, rezamos mucho. La visitamos en el hospital todos los días». Es posible que el miedo que Warhol tenía a los hospitales date de aquella época, sumado a que su padre había muerto, pocos años antes, estando bajo atención médica. Pero el éxito de la operación que salvó la vida de Julia podría, igualmente, haber fomentado una mayor confianza en las intervenciones médicas: Warhol, hipocondriaco empedernido, fue también un angustiado paciente habitual de todo tipo de médicos.

John Warhola contaba que para cuidar a su madre durante el año

de su convalecencia se cambió de trabajo, a uno que empezaba a las cuatro de la tarde. Así, podía pasarle el testigo de las tareas de enfermería a un Warhol adolescente que justo llegaba a casa del instituto, donde dejó la asignatura optativa de Arte, a raíz de lo cual sus notas se resintieron. Puede que fuera ese el momento en que las latas de sopa hicieron por fin su entrada en la casa rusina. John Warhola afirmó haber alimentado a su hermano pequeño, y a sí mismo, a base de sopa Campbell's, que incluía en casi todas las comidas, aunque Warhol dijo una vez que solo la había tomado cuando estaba en el colegio. Parece que los cuidados de los chicos funcionaron: Julia terminó convirtiéndose en un estelar ejemplo del éxito de aquel tipo de intervención, y su caso se mostraba a otros pacientes que estaban a punto de someterse a tal cirugía.

El 22 de junio de 1945, pocas semanas después de la rendición nazi, Warhol recibió su diploma de Schenley High. Tenía dieciséis años. Durante el último curso del instituto, había solicitado, junto con su amigo Nick Kish, la admisión en la Universidad de Pittsburgh. Fue aceptado en el Departamento de Educación, y aparentemente llevaba idea de convertirse en profesor de arte, igual que su mentor, Joseph Fitzpatrick.

En un mundo en el que el ascenso social era casi inexistente («acababas el instituto y entrabas en la siderúrgica», me dijo una de sus vecinas de Dawson Street), Warhol estaba en camino de convertirse en el primer miembro de su familia que estudiaba en la universidad. Tuvo que haber dado extraordinarias muestras de talento e incluso de inteligencia para que se contemplara la idea de que siguiera estudiando.

El expediente de Warhol en Schenley High señala que «no había signo de malos hábitos» (cosa que no duraría), que sus modales y apariencia eran agradables, y que tenía un buen control emocional, aunque otro documento similar que se envió a la Universidad de Pittsburgh le daba una calificación baja en el apartado «Aceptación por parte de los compañeros de clase». Cuando Kish, que era mayor que él, fue reclutado y tuvo que posponer su ingreso en la universidad, Warhol presentó una solicitud de ingreso al Carnegie Institute of Technology, tal vez para cursar su programa de educación artística.

El artista ya había asistido a las rigurosas clases de arte del Tech cada sábado por la mañana durante sus años de instituto; era la forma normal en la que acababa el programa de los Tam o'Shanters, o, al menos, en el caso de los mejores alumnos. Quizá fue aquello, junto con una beca que a menudo llevaban aparejada las clases de los sábados, lo que lo animó a elegir finalmente el Tech en vez de la Universidad de Pittsburgh.

El proceso para ingresar en el Departamento de Arte del Tech era

tremendo. Warhol tuvo que pasar cuatro días enteros examinándose para que se evaluara su pericia en materias como dibujo del natural y creatividad en general. A los aspirantes se les pedía que esbozaran su habitación de memoria y que se retrataran a sí mismos vistos de espaldas. A uno de los profesores veteranos del Tech le gustaba contar que una de las pruebas consistía en dibujar una botella de Coca-Cola de memoria y que, «en todos aquellos años, Andy fue el único que consiguió hacerlo bien»; esta leyenda retrotrae la fecha de la prehistoria del pop art al máximo.

Con o sin botella de Coca-Cola, el caso es que Warhol pasó las pruebas, pero aquel no fue el último obstáculo. Según su hermano John, «en principio no iban a aceptarlo, porque Andy pensaba asistir solo por las tardes para ahorrarse dinero, pero mi madre le dijo que volviera y les dijera que asistiría también durante la mañana, y le dio el dinero. Creo que eran doscientos dólares por semestre». La cifra es correcta, aunque la estimación del propio Tech era que los estudiantes se tendrían que gastar otro tanto anualmente en gastos derivados. Parece que el dinero salió de los mil quinientos dólares que dejó Andrej, quien había deseado que se destinaran a la educación de su hijo menor. Teniendo en cuenta que una estimación realizada en tiempos iniciales de la fama de Warhol cifraba su patrimonio propio en unos cautos doscientos quince millones de dólares —y que estos, desde entonces, se han convertido en miles de millones—, la universidad resultó ser una buena inversión.

Último año de la universidad, dibujado por un profesor gay.

3
1945–1947

BELLAS ARTES EN EL TECH | COMPAÑEROS Y PROFESORES | UNA DOSIS DE FRACASO | ESCAPARATISMO | LA VIDA GAY Y SUS PELIGROS | MODELOS ARTÍSTICOS

«La pregunta era siempre la misma: "¿Andy se va o se queda?"».

P: ¿Por qué desea ingresar en esta institución?
R: Porque está considerada la mejor facultad de Bellas Artes del estado.
P: ¿Por qué ha seleccionado el plan de estudios elegido?
R: Porque me interesa el arte y deseo continuar mi educación.

Ese breve interrogatorio, que puede leerse en la solicitud de ingreso de Warhol al Carnegie Institute of Technology, resume sus modestas ambiciones y conocimientos en vísperas de su ingreso en la escuela de arte. Tenía apenas diecisiete años. En una fotografía tomada el día antes de empezar las clases se lo ve con el aspecto de cualquier otro novato universitario desmañado, con un tupé rubio un tanto despeinado y una camisa cuyo gigante cuello blanco le enmarca el rostro como el de un payaso. Tiene una sonrisa encantadora, tímida, y la cámara no llega ocultar del todo ni las manchas que cubrían su piel fantasmal ni lo escuálido que estaba. Deseaba no estar así: en su solicitud de ingreso a la universidad, añadió dos centímetros y medio a su altura y cuatro kilos a su peso.

«Se ponía toda la ropa que tuviera para estar abrigado y tapado —recordaba uno de sus profesores—. El campus estaba poblado por reclutas que habían vuelto de la guerra y al menos tenían algo de dinero. Andy era pobre y lo pasó mal».

El 2 de octubre de 1945 fue su primer día de clase en el Tech. Lo que allí se fue encontrando durante los cuatro años siguientes moldeó al hombre y al artista en el que se convirtió.

Desde el primer momento, el campus del Tech puso a Warhol cara a cara frente al delicado equilibrio entre tradición y vanguardia que dominó toda su carrera. En el extremo sur del recinto, a unos veinticinco minutos andando desde casa de los Warhola —la familia no invertía en tranvías—, con lo primero que Andy se topaba al llegar era con el edificio de la Escuela de Bellas Artes, una de las estructuras más antiguas del campus. Era una gran torre de estilo Beaux Arts

construida en 1916 y cuya fachada estaba repleta de florituras y de detalles históricos que evocaban los logros de todos los Viejos Maestros a los que se suponía que el joven artista debía emular, y a quienes el Warhol maduro intentó superar o enmendar con todas sus fuerzas.

En el interior, toda una serie de moldes de esculturas clásicas, que aún siguen allí en pleno siglo XXI, tenían el objetivo tanto de inspirar a los alumnos como de servirles de modelos para copiar. Carnegie era una escuela de arte que durante mucho tiempo se había considerado una «escuela de dibujo» de corte tradicional. Un joven profesor de Warhol se refirió al edificio de Bellas Artes como parte integral de «los heroicos esfuerzos de la academia por frenar la marea del arte moderno», y el propio manual universitario de Warhol señalaba la tendencia al dibujo técnico en las escuelas de arte estadounidenses como la «prueba de nuestra falta de imaginación creativa».

Justo al lado, sin embargo, la vanguardia acechaba al Warhol recién llegado a la universidad. Skibo Hall, el sindicato de estudiantes del Tech, había iniciado su andadura como hangar durante la Primera Guerra Mundial, pero justo cuando Warhol llegó, una remodelación había dado al lugar un aspecto estilo Bauhaus: achatado, pulcro e industrial, y con una fachada reticulada de vidrio. El edificio, en sí mismo un impresionante ejemplo de movimiento moderno diseñado por los compañeros de Warhol, aparece reseñado con orgullo en el anuario universitario de 1947. Skibo era el lugar al que iban sin falta todos los estudiantes de arte del Tech, y allí Warhol fue el centro de atención.

Se inscribió en el Departamento de Pintura y Diseño, a cuyos alumnos se conocía como «P&D», y se graduó en el nuevo programa de Diseño Pictórico, antes llamado Pintura e Ilustración. El nuevo nombre tenía la intención de señalar la llegada de una pedagogía de vanguardia: en vez de enseñar a dominar con maestría una técnica limitada, el nuevo plan de estudios estaba diseñado para fomentar «el desarrollo de hábitos de observación y análisis, así como la adquisición de las habilidades necesarias para la expresión más eficaz de las ideas»; justo aquello sobre lo que Warhol, notable observador y analista, terminaría construyendo su práctica artística. Uno de sus compañeros de clase cuenta que allí se les enseñaba «el ideal de que no existía línea divisoria entre las bellas artes y las artes aplicadas, sino que [existen] ciertos principios fundamentales del diseño y ciertos aspectos de la expresión creativa que funcionan juntos».

Esto era «la monserga Bauhaus»: mucho sobre ideas y poco sobre técnicas, según uno de los profesores de Warhol. A pesar de la reputación del artista como antimoderno o posmoderno —Clement Greenberg, el caballero andante del movimiento moderno, lo acusó de

asesinar la vanguardia moderna—, exploró los ideales modernos de la arquitectura Bauhaus del Tech durante toda su vida. Hizo un uso transversal de diferentes medios (fotografía, pintura e impresión) y de disciplinas «nobles» y «bajas» (bellas artes e ilustración), y siempre dio más valor al concepto que a la ejecución.

A pesar de ser un recién llegado, Warhol ya conocía a algunos de sus profesores en el Tech, por las clases de los sábados a las que había asistido anteriormente, pero, de todas formas, durante su segunda semana allí ya pudo hacerse una idea general de las tendencias estéticas de estos, pues en la última de las exposiciones anuales del Museo de Arte Carnegie se incluyeron algunas de las obras de sus profesores. Warhol decía que aquellas muestras fueron lo mejor que vio durante su época en el Tech.

Samuel Rosenberg, un pintor figurativo en cierto modo tradicional que justo entonces se estaba moviendo hacia la abstracción, era uno de los profesores veteranos del Tech. Aquel año ganó una mención de honor por el cuadro vagamente cubista de un rabino, que coincide con el papel del viejo sabio que desempeñó en su relación con Warhol.

En el anuario de 1945 está también Russell Twiggs, el querido e influyente *massier* del Departamento de Arte (término afrancesado que se daba en el Tech al encargado del estudio, que era quien colgaba las obras de los alumnos cuando los profesores se reunían para juzgarlas). Durante años, Twiggs había aparecido a menudo en la prensa local como el primer artista abstracto de la ciudad, el estilo «que deja al público boquiabierto y hace exclamar: "¿Adónde diantres está llegando el arte?"», según una de las reseñas de su obra. Esa crítica, por sí sola, ya señala al tipo de vanguardia que hubiera llamado la atención de Warhol. La admiración era mutua: Twiggs era el encargado de elegir las obras de los estudiantes que entraban a formar parte de la colección de la universidad, y escogió a Warhol.

Además, resultó ser también el mayor fan del nuevo arte de la serigrafía de todo Pittsburgh. Empleaba la técnica incluso para producir sus cuadros, igual que lo haría Warhol después. Eso significa que el famoso desplazamiento de nuestro artista hacia la serigrafía, en 1962, no constituye el punto de inflexión que se nos ha hecho creer. Una de sus compañeras de clase, que compró una obra de Warhol en su último año como estudiante, cuenta que aprendieron a usar esa técnica en clase. Otra P&D dice que Warhol hacía siempre todo lo posible por probar la serigrafía.

La figura más importante del Departamento de Arte era Balcomb Greene, un abstraccionista, novelista e intelectual que se había formado en París y que había estudiado filosofía, literatura, historia del arte y también psicología (en Viena y como discípulo de Freud). Con su metro noventa y cinco de estatura y su mandíbula cuadrada,

resultaba muy apuesto, la viva imagen de Gregory Peck, y era toda una estrella en el mundo del arte. «Abogo por la arrogancia, no la arrogancia en la pintura, sino la completa arrogancia», decía Greene. Su mujer era una escultora que se hacía llamar «Peter» (aunque no practicaba la transgresión de género en ningún otro sentido), y a ambos los detuvieron una vez por pegar a unos policías que estaban haciendo una redada en un bar clandestino.

Durante el primer año de estudios de Warhol, Greene estaba trabajando en un nuevo y preeminente estilo, con tendencias hacia Gorky y De Kooning, que anticipaba el expresionismo abstracto que estaba a punto de ponerse de moda. Cuatro años más tarde, durante el último semestre de Warhol en el Tech, Greene fue nombrado el «Hombre de las Artes del Año» de la ciudad, y el *Bulletin Index* («El noticiero semanario de Pittsburgh») publicó en portada una foto suya ante su caballete. Aparte de todo lo demás que Greene pudiera enseñar a Warhol, le demostró que ser artista tenía también que ver con mantener la atención del público.

En el Tech, Balcomb Greene epató a sus colegas más técnicos al afirmar que las escuelas de arte debían deshacerse de la «rémora» de la técnica. Y se ganó la simpatía de sus estudiantes más idealistas al declarar que «el significado social del arte es oponerse a la conformidad y desarrollar una constante denuncia de las fuerzas materialistas».

Greene impartía una nueva asignatura obligatoria, Cultura y civilización, a la que Warhol asistió diariamente durante su tercer año, y que cubría desde Picasso, el dadaísmo y la filosofía bergsoniana hasta Flaubert, Zola e Ibsen, pasando por Brecht, *La consagración de la primavera*, de Stravinsky, y *El gabinete del doctor Caligari*. El manual de la asignatura incluía audaces debates sobre si la belleza tenía alguna importancia en el arte y sobre si la forma podría alguna vez superar al significado, temas que estuvieron en el núcleo de los logros posteriores de Warhol. Proféticamente, dado el artista comprometido en el que este acabaría convirtiéndose, el libro enfatizaba también la función social y el significado del arte, y describía la historia del mismo como una «geografía cultural y social», todo ello en una época en que estaban mucho más de moda los análisis en términos puramente de color, composición, textura y línea. Warhol recibió una educación protoposmoderna, mientras que el resto del mundo del arte estaba aún sumido en la modernidad.

Greene hizo tan buen trabajo educando a sus P&D en la cultura moderna más radical que un par de compañeros de clase de Warhol terminaron escribiendo sus tesis de posgrado sobre artistas dadaístas. La tesis de máster del propio Greene, terminada poco antes de que Warhol se convirtiera en su alumno, se titulaba *Tendencias mecanicistas*

en pintura, de 1901 a 1908. Su autor enseñó a sus alumnos «las emociones características de la mecánica», una formación perfecta para el más famoso artista de todos los tiempos que encontró inspiración en las máquinas.

Greene también podía volverse impenetrable. «Siempre tuve la impresión de que decía cosas profundas, porque yo no entendía nada de lo que explicaba», cuenta uno de sus alumnos. Había otros que lo llamaban «el Farfullos» y se dormían en sus clases. Pero, aun si el joven Andrew Warhola hubiera prestado atención solo a la mitad de sus lecciones —Warhol recordaría después como «maravillosas» las clases con diapositivas que daba Greene—, habría acabado adquiriendo unos fundamentos cruciales sobre el arte con el que luego iba a competir. Tres décadas después, Warhol aún podía desenvolverse cómodamente con temas como el uso del claroscuro de Caravaggio, al menos siempre y cuando no hubiera un periodista cerca que presenciara su performance.

Greene contribuyó también a dar forma a la relación edípica que mantuvo Warhol con la abstracción. A finales de la década de 1930 el profesor, que insistía en que «el artista abstracto puede acercarse al hombre a través de la experiencia estética más inmediata», había fundado en Nueva York el grupo de inflexibles principios Artistas Abstractos Norteamericanos, del que había sido presidente. Durante la época que Warhol pasó en el Tech, su profesor mantenía contacto con los expresionistas abstractos de Nueva York —Willem de Kooning decía que Greene era una de sus influencias, y ambos habían sido colegas cercanos—, pero también había empezado a pensar que la abstracción era un callejón sin salida. Comenzó a hacer fotos de desnudos y a pintar cuadros inspirados en ellas como «respuesta a la tendencia que regresa al ámbito de las apariencias naturales», tal como lo expresó un crítico en 1947. Warhol llevó sus dudas sobre la abstracción aún más lejos que Greene: ya en 1961 o 1962, se orinó sobre el expresionismo abstracto —casi literalmente, pues realizó una serie de lienzos cubiertos de orina— antes de pasarse al pop art, y durante el resto de su vida continuó haciendo paráfrasis irónicas sobre la abstracción. La época de la posguerra, cuando la abstracción parecía haber ganado finalmente la batalla del estilo, fue también el momento, como suele ocurrir, en el que su valor empezó a verse cuestionado, y Warhol fue uno de los principales inquisidores.

Pero ni siquiera a Balcomb Greene le convencía por completo la radicalidad de Warhol. En mayo de 1961, poco después de que su antiguo alumno mostrara su obra pop por primera vez en un escaparate de Nueva York, Greene escribía sobre los «excesos» del neodadaísmo (como entonces se conocía el pop art). «Considero que el pop es esencialmente una impostura artificial que busca llamar la

atención», diría más tarde, y atacó a Warhol en concreto.

Durante sus años en el Tech, la reputación de enigmático y embaucador que luego alcanzaría el pop art de Warhol aún quedaba lejos. Según uno de sus amigos de la universidad, él era un «ángel del cielo». Otro recordaba que su personalidad era «muy distinta de lo que cabría esperar. Era muy tímido y tierno, como un conejito». En su opinión, Warhol «no era sofisticado, no estaba corrompido […] y tampoco era un manipulador. Era, como diría Shakespeare, "un inocente", y en aquellos días despertaba el instinto maternal y paternal de la gente».

Ese conejito se convirtió pronto en el niño mimado de las chicas del itinerario, ya que la mayoría de los soldados retornados que había en el Tech eran bastante mayores que las compañeras de clase de Warhol y que él mismo, uno de los dos únicos varones recién salidos del instituto que había en todo el programa educativo. Ellie Simon, su amiga de secundaria y compañera del Tech, llegó a establecer con él una relación particularmente cercana y maternal en la escuela. Otro de los miembros de su pandilla contaba que «siempre estaba diciendo cosas como "¿Ha desayunado Andy? ¿Ha comido? ¿Quién se va a asegurar de que cene?"».

«Sabíamos cuándo estaba contento porque iba dando saltitos por el campus», cuenta Betty Asche Douglas, que era la única persona negra entre todos los P&D y tenía una afinidad especial con Warhol porque ambos se sentían excluidos a veces. Otro compañero de clase, con quien después compartió habitación, decía que la escuela de arte dio finalmente a Warhol un lugar en el que podía sentirse como en casa entre otros inadaptados como él.

«Me acuerdo de varias fiestas en las que Andy y yo nos sentábamos en los escalones de la entrada a la sala y nos dedicábamos simplemente a observar a todos los demás —dice Douglas—. Y él soltaba comentarios irónicos sobre lo que hacía cada quién o lo que pasaba». Durante el resto de su vida, Warhol hizo de la observación su forma particular de interacción. «Si quiero saber qué sucedió de verdad en algún sitio, pregunto a Andy —contó un amigo suyo en la década de 1960—. Puede que haya estado allí solo tres minutos y que ni siquiera haya levantado la vista, pero no se ha perdido detalle».

Ese comportamiento se inició durante su estancia en el Tech, donde era «un oyente, un observador, un solitario, siempre a su aire cuando los estudiantes se juntaban en grupo o por parejas», según un compañero de clase que era particularmente sociable. En el mismo manual de psicología en el que Warhol garabateó la confesión de que se orinaba en la cama, subrayó también con énfasis la página que

hablaba de «La reserva como defensa: aislamiento y timidez».

Hacia el fin de curso del primer año, Warhol debió de disfrutar especialmente contemplando el vanguardismo exagerado y rebelde del famoso baile Beaux Arts del Departamento de Arte. En abril de 1946, con la intención de dar nueva vida al baile tras toda una década de latencia, se eligió para el evento una temática surrealista: en una noticia de un periódico se cuenta que un grupo de «jóvenes ilustradores» compartió un disfraz de oruga, y que otras dos alumnas, las señoritas Waichler y Schroeder, se disfrazaron juntas de «personalidad escindida». En las fotos existentes, el baile parece sacado de un cuadro de Salvador Dalí. En su tercer año en el Tech, cuando ya se presentaba como Andy Warhol, el artista tuvo el honor de participar en el comité de preparación del baile, que eligió Bali como temática, menos exigente. Los chicos —Warhol incluido, para su alegría— acudieron con el pecho descubierto, pareos floreados, purpurina en el torso y brazaletes dorados. El esforzado trabajo de los estudiantes les granjeó una atractiva doble página en la revista *Life*, la primera de las varias en las que aparecería Warhol en el transcurso de su carrera.

Pero si bien nuestro artista estaba encontrando su propio lugar en su nuevo entorno, también corría el riesgo de suspender. El Tech acababa de lanzar un nuevo plan de estudios en humanidades destinado a «corregir las limitaciones del estudiante de arte medio», según el decano de aquel entonces, y parece que Warhol necesitaba enormemente esa corrección. Tuvo, en especial, problemas con la asignatura de Pensamiento y expresión, de la que recibió clases diarias durante dos semestres y que intentaba embutir una carrera entera de humanidades en un solo curso. La profesora era Gladys Schmitt, una prolífica novelista y «*la* profesora necesaria en aquel momento […] una persona sumamente estimulante y excitante», según uno de los P&D. Schmitt se desesperaba viendo a Warhol «mutilar la lengua inglesa». El primer año, le obligó a repetir curso y después le puso meros aprobados.

Ese tipo de problemas no son infrecuentes para los estudiantes de clase trabajadora en su primer año de estudios en una universidad exigente, pero había mucho en juego: un mal rendimiento hacía peligrar la beca de Warhol, que dependía de una buena media académica.

Warhol no obtuvo solo malas calificaciones en los nuevos cursos académicos; también algunos de los profesores consideraban que su técnica de dibujo era muy mala. A mediados del primer año, le habían puesto solo suficiente e insuficiente en Color, en Diseño pictórico y decorativo, y en Dibujo I, donde parece que tenía problemas con el carboncillo y la perspectiva. Existe un boceto de retrato de su primo

Joe que es, como mucho, solo medianamente bueno; hasta nosotros ha llegado un dibujo anatómico que es mucho mejor, al menos visto desde el punto de vista del siglo XXI, pero en el Tech los estándares eran tan altos que solo le pusieron un notable. A partir de enero, Warhol y sus compañeros de primero tuvieron que hacer frente a la feroz competencia de un contingente de soldados recién licenciados, pues la bomba de Hiroshima se lanzó el agosto anterior (en el cumpleaños de Warhol, nada menos). El departamento dejó bien claro que solo los más aptos pasarían al curso siguiente. A principios de primavera, Warhol parecía en camino de ingresar en la larga lista de estudiantes condenados a suspender o a pasar las recuperaciones.

Al día de la evaluación final lo llamaban «el día del juicio». Russell Twiggs colgaba los trabajos de todos los alumnos en una galería que ocupaba la última planta del edificio. Luego, en privado, un grupo de profesores pasaba ante las obras, sentados en un gran banco sobre ruedas, e iban intercambiando opiniones hasta que alcanzaban una decisión final sobre cada uno de los alumnos. Uno de los profesores recordaba: «La pregunta era siempre la misma: "¿Andy se va o se queda?"». Aquel primer año, la respuesta fue: «Se va». Al menos, después de otras tantas discusiones entre los profesores y algo de melodrama por parte de Warhol —«Monté todo un número y lloré»—, la decisión fue que debía tomar clases de recuperación durante el verano y hacer dibujos que demostraran que era digno de ser readmitido en otoño.

Aquel verano de 1946, Warhol trabajó junto con su hermano Paul como vendedor ambulante, ofreciendo de puerta en puerta productos frescos que llevaban en la parte de atrás de una camioneta, lo que llamaban «hacer de mercachifle». A pesar del nombre, en el panorama minorista de Pittsburgh era una actividad totalmente respetable. No sabemos si a Warhol se le dio bien hacer propaganda de sus melocotones y tomates —parece que se encargaba, en gran parte, de subir los pedidos a las casas de los clientes—, pero sí sabemos que comenzó a ganar algo de dinero aparte dibujando caricaturas de los compradores. «Los veinticinco centavos que ganaba con los retratos le servían para comprar los útiles de arte que necesitaba», contaba su hermano John.

Y lo que es más importante: aquellos dibujos estaban destinados a garantizarle su readmisión en el Tech. Dan muestra de una sorprendente fluidez, así como también sentido del humor (en uno de ellos se ve al propio Warhol sufriendo los tormentos del servicio al cliente), y son mejores, al menos según la percepción tradicional, que casi cualquier otra obra que Warhol produjera en sus años

universitarios. Durante aquellos breves meses, el artista perfeccionó el estilo de línea con que trazaba el contorno de los sujetos que dibujaba y del contexto urbano que los rodeaba como un caos de bucles caligráficos. Su nuevo estilo actuaba incluso como una suerte de visión de rayos X, pues mostraba de forma cómica los senos caídos y los traseros gordos de sus retratadas a través de la ropa. Al mirar los retratos, uno tiene la sensación de que Warhol se estaba vengando en silencio de las mujeres cuyos pedidos de fruta y verdura tenía que cargar escaleras arriba.

Pero para comprender como es debido la naturaleza de la incipiente genialidad de Warhol —la misma que no dejó de mostrar en los cuarenta años siguientes—, es importante señalar que su «nuevo» estilo estaba sacado directamente del estilo de las caricaturas de Honoré Daumier, cien de las cuales habían podido ver los habitantes de Pittsburgh en el Museo de Arte Carnegie el enero anterior. No tenemos constancia de cuáles son las imágenes que se incluyeron exactamente en la exposición, pero hay un parecido abrumador entre las caricaturas que Warhol hacía en el camión de las verduras y algunas obras de Daumier como *Oler la mercancía antes de manipularla*, de su serie de 1842 *Tipos parisinos*. De hecho, un artículo sobre esos dibujos veraniegos de Warhol que apareció entonces en un periódico local se abre con una anécdota que habla de cómo soban la mercancía los clientes de aquel vendedor ambulante, historia que solo pudo haber llegado al periodista a través de Warhol.

Esa deuda de nuestro artista con Daumier es un signo temprano de la extraordinaria habilidad para absorber como una esponja que mantendría toda su vida, reutilizando ideas, imágenes y estilos que encontraba de antemano en el mundo, ya fuera en la obra de otros artistas, ya fuera en el pasillo del supermercado. Esa deuda concuerda también con el propio relato que Warhol contaba sobre su obligada «reeducación» de aquel verano. Para él, lo que ocurría era, simplemente, que a los profesores del Tech no les gustaba el estilo artístico de sus dibujos —«no aprecian mis obras», le dijo a un vecino, con rabia—, así que, con su característica flexibilidad, lo cambió por otro que sabía que les iba a gustar más.

Los profesores de primero de Warhol tenían razón: nunca poseyó el talento innato para el dibujo realista que tienen incluso un buen número de artistas menores. A lo largo de toda su vida, cada vez que debía trazar un boceto puramente funcional para su uso personal —por ejemplo, para la composición de una página de revista o para el diseño de una exposición—, el resultado era casi siempre un dibujo tan torpe que resultaba cómico. Un dibujante más hábil jamás habría hecho nada semejante. «Andy era un buen artista, pero no sabía dibujar. Ya sabes, nunca dibujaba de manera realista, nunca se

obligaba a buscar; lo hacía siempre de una forma mecánica», recordaba un amigo suyo, director de arte, de la década de 1950. Años después, un crítico dijo del estilo de Warhol que era «dibujo de pura eficacia. […] Lo que Roland Barthes llamaría el grado cero del dibujo», es decir, que la línea del artista se reducía a cumplir su tarea más esencial y mecánica sin dejar huella artística alguna.

Pero durante sus ajetreadas cuatro décadas como dibujante, Warhol consiguió superar sus limitaciones innatas asumiendo (y a veces inventando) una serie de estilos muy ingeniosos mediante los que podía canalizar sus imágenes, como un cocinero que para hacer pasta fresca pasa la masa a través de unos moldes. En los dibujos de Warhol no hay una «mano», como les gusta decir a los *connoisseurs*, que permita identificarlos como suyos. Lo máximo que puede hacerse es detectar en cuál de sus varios estilos característicos está hecho, y preguntarse si tal vez lo que estamos viendo es la obra de un ayudante muy competente que lo imita, como solía ser el caso, por cierto. Podría decirse que Warhol fue, primero, creador de estilo y, después, artista, al menos en el sentido tradicional. Milton Glaser, renombrado artista gráfico de la posguerra, señaló precisamente esa cualidad: «En cuanto a lo que se entiende como dibujar a la perfección, en términos de control, no creo que fuera muy notable». Y añadió que, aun así, «tenía un gran sentido del estilo, y sabía cómo aplicar aquel suyo tan pulido a un producto».

Todo comenzó durante ese verano de 1946, cuando decidió pasar sus flojos dibujos de principiante por el filtro de Daumier y acabó generando material artístico. En octubre, volvió al Tech como beneficiario de los cuarenta dólares del Premio Martin B. Leisser, que les otorgaron a él y a dos compañeros de clase por las «obras realizadas sin supervisión» durante las vacaciones de verano.

Aquellos dibujos también le granjearon su primera exposición individual, que se celebró durante un solo día en la galería del Tech, y otra cosa a la que seguro que él dio aún más valor: un extenso artículo en la segunda página del *Pittsburgh Press*, que se publicó un domingo de noviembre e incluía fotografías tanto de él como de su obra. El texto contiene tan pocas citas directas que parece que Warhol ya se mostraba reservado con los periodistas quince años antes de que la circunspección llegara a ser una de sus principales características. «Las personas son raras» es casi lo único que dijo. Por lo demás, la cobertura de la prensa sobre los dibujos que había hecho en las calles de Pittsburgh fue su primera lección sobre una verdad que Warhol tendría muy en cuenta más tarde respecto al pop art: las obras que hablan de la cultura propia del público atraen la atención del mismo.

El segundo año de Warhol siguió mejorando con respecto del primero. En casa, Julia se trasladó al piso de arriba para dejar la

planta baja libre a su hijo con sus proyectos de arte. Su hermano John contaba que Warhol era capaz de escuchar la radio, hacer los deberes y cotillear las conversaciones de la cocina, todo al mismo tiempo; la misma forma virtuosa de multitarea que hizo que siguiera siendo productivo incluso en el caos del ambiente de los años sesenta en la Factory.

En la escuela, Warhol se juntó con un círculo de amigos ambiciosos entre los que estaba Philip Pearlstein, el único de sus compañeros de estudios que llegó a ser un artista destacado. Pertenecía a la clase obrera de Pittsburgh, y su padre, que era vendedor ambulante, conocía a Paul Warhola. Pearlstein, cuatro años mayor que Warhol, había sido reclutado por el ejército en la primavera de 1943, cuando ya había hecho un primer curso como estudiante becado en el Tech, y regresó allí con una beca completa gracias a los fondos garantizados por la llamada Ley del Soldado.

Lo que, en un primer momento, hizo que ambos estudiantes intimaran, fue la fascinación que Warhol sentía por el éxito y la visibilidad tempranos de los que gozaba Pearlstein como artista. En 1941, este ya había ganado el primer y el tercer premio de la exposición artística nacional para alumnos de instituto que se celebraba en el Carnegie. Y, lo que resultaba aún más impresionante: dos de sus pinturas ganadoras aparecieron reproducidas a color en un artículo que la revista *Life* dedicó a la exposición. «Andy me preguntó: "¿Qué se siente siendo famoso?". Mi respuesta automática fue: "Si solo lo he sido durante cinco minutos..."», dijo Pearlstein, con lo que reclamaba el origen de la característica idea de Warhol de que la fama se puede medir en minutos (aunque Pearlstein ha contado tantas versiones de esa misma historia, y hay tantas otras personas que afirman haber inspirado la famosa frase de Warhol sobre los «quince minutos de fama», que es mejor mantener cierto escepticismo al respecto).

En el grupito de los íntimos de Warhol en el Tech estaban también la que sería después la mujer de Pearlstein, Dorothy Cantor, y la pareja formada por Ethel y Leonard Kessler (al que llamaban Pappy porque era mayor), acérrimos izquierdistas ambos que instruían al resto en cuestiones de activismo. Warhol era «nuestra mascotita», contaba Leonard Kessler, y aseguraba que fue él quien llevó a su precario nuevo amigo por primera vez a un restaurante, un local judío donde Warhol alucinó con que sirvieran rábanos gratis a todas las mesas. Kessler describía a Warhol como «la persona más tímida, reticente, poco comunicativa y no verbal…, pero absoluta y extremadamente talentosa, el único artista intuitivo de verdad que he conocido en mi vida. No podía hacer nada mal en su obra, de verdad, y nunca sabía explicar por qué».

Otro miembro de aquella pandilla, aunque solo por un año, fue George Klauber, abiertamente homosexual, que ya había estudiado en el instituto Pratt, en Nueva York, y en París y Oxford después de la guerra, lo que hacía que hablara inglés «con un acento de su propia invención, al que daba un toque francés y de Oxford», según Philip Pearlstein. Este contaba también que Klauber les impresionó a todos porque estaba al día de «la pintura abstracta de Pablo Picasso y Piet Mondrian, la arquitectura de Le Corbusier y la música de Gustav Mahler, y había leído la mayor parte del *En busca del tiempo perdido*, de Marcel Proust».

Hay fotografías del grupo tirado sobre el césped del campus en las que parecen una versión artística de La Pandilla. «Íbamos a los conciertos de la Sinfónica de Pittsburgh todos los viernes por la noche, y a ver películas al cine», contaba Pearlstein. A su vez, su compañero de clase, Art Elias, mencionó que iban a todas las exposiciones del Museo de Arte Carnegie.

Una de ellas en particular parece reveladora: hacia el final del segundo año que Warhol cursó en el Tech, el museo inauguró una gran exposición de obras de Henri de Toulouse-Lautrec, y la imagen que daba del artista francés como un vanguardista radical tanto en la vida como en el arte bien pudo haber sido el modelo de la vida de Warhol como artista. (Toulouse-Lautrec fue uno de los primeros artistas cuya obra compró Warhol cuando empezó a ganar dinero en serio, a finales de la década de 1950). El catálogo de la exposición reseña a Toulouse-Lautrec en un pasaje que bien podría pasar por un resumen de la carrera pop de Warhol: «La primera impresión que se tiene es que trabajaba en solitario. Eso no es cierto. También se ha dicho de él que era increíblemente cínico y cruel. No es esa la mejor forma de expresarlo. […] Estaba interesado, principalmente, en reflejar sin ironía ni amargura lo que veía en la vida. […] Se mostraba caritativo hasta con los matices más neuróticos y morbosos de esta grotesca sociedad. […] No le preocupaban los límites sociales, literarios, ilustrativos ni comerciales».

Warhol estaba descubriendo la cultura y los valores del *artiste*, y, naturalmente, comenzó a vestirse como exigía el papel: «Muy descuidado […] como un pre*beatnik*» (le pusieron un insuficiente en una asignatura llamada Higiene). Uno de los P&D contó que llevaba «una chaqueta deportiva de pana gris descolorida y unas zapatillas pintadas con un montón de colores vivos», mientras que otro lo recordaba con un jersey de cuello alto, unos vaqueros con salpicaduras de pintura y los zapatos estilo oxford de dos colores, marrón y blanco, que estaban entonces de moda, solo que llevaba las partes blancas teñidas de negro. Cierta vez, Warhol consiguió un trabajo de verano y llegó con una pinta tan desaliñada que sus colegas montaron una

especie de campaña para conseguirle ropa. Él les dio las gracias e inmediatamente les cortó las mangas a la camisa y echó pintura plateada sobre los zapatos, o eso decía la historia que se contó una y mil veces unos cuarenta años después. Esas son las primeras ocasiones en que empezamos a ver el *look* conocido como Raggedy Andy (Andy el Andrajoso) en Warhol, que seguía usándolo a principios de la década de 1950, en los primeros años que pasó en Nueva York, hasta que el éxito le permitió empezar a comprar en Brooks Brothers.

A finales de su segundo año en el Tech, como muy tarde, Warhol comenzó a usar el nombre hiperbohemio de André —especialmente fácil de presentar como versión afrancesada del nombre rusino de su padre—, y sus amigos de la universidad siguieron dirigiendo sus cartas a «André» durante al menos una década entera. Fue Corinne Kessler, Corky, la hermana de Pappy Leonard, quien animó a Warhol a cambiarse el nombre, pero tampoco es que él necesitara mucho aliento; de las últimas páginas de uno de sus manuales universitarios se deduce que ya estaba probando distintas variantes de su apodo: escribió «Andre», «Warhold», «Warol», «Narhold», «Narol» y «harold».

Pearlstein contaba que fue Corky la responsable de que Warhol, un «chaval bastante agradable», adoptara una pose afectada. Ella cursaba algún tipo de programa de danza en la ciudad, y fue también quien introdujo a Warhol en su amor perpetuo por la danza moderna. El año en que cursaba segundo vio a Martha Graham, nativa de Pittsburgh, copar los titulares con su *Appalachian Spring*, y le dijo que había quedado profundamente conmovido con su actuación. Un compañero de clase del Tech contaba que su pandilla consideraba a Graham como «muy *in*» y que sus apariciones en Pittsburgh tuvieron una influencia importante en el gusto de Warhol por lo vanguardista.

En la década de 1940, todavía se consideraba la danza moderna como una forma de arte radicalmente nueva; no era en absoluto parte del ecosistema cultural estándar que llegaría a ser en cualquier campus universitario del siglo XXI. Sentir interés por ella requería una considerable inversión emocional y social por parte de Warhol. Hay algunas instantáneas tomadas en el campus del Tech en las que se le ve haciendo poses de ballet sin ninguna ironía y, finalmente, se convirtió en el único miembro masculino del club de danza moderna de la escuela, que se había fundado una década atrás. Año tras año, en los anuarios del Tech se muestra el club a través de fotos de sus integrantes, chicas sonrientes —solo chicas—, acompañadas de pequeños textos alegres que hablan de las fiestas que organizaban y de su asistencia a todos los eventos de danza de la ciudad. Y, de pronto, en la reseña de 1949, la foto se vuelve casi cómica: se ve a cinco estilizadas chicas vestidas con mallas de ballet junto a un Warhol pelón y con gesto hosco, vestido con pantalones chinos y camisa,

sobre un texto que sigue hablando únicamente de las «mujeres» que componen el club. En la foto, la señorita Kanrich, que durante mucho tiempo fue la profesora encargada de supervisar el club, tiene cara de disgusto. Años después, diría que Warhol «¡estaba chiflado!».

Para superar las audiciones de prueba de ingreso en el club, Warhol debió de haber sido bastante hábil y serio (también dibujó el póster que anunciaba las pruebas), pero uno de los P&D contaría después que el artista no era ni mucho menos impresionante: «Los miembros del club bailaban la música que sonaba en un tocadiscos y Andy trataba de seguir el compás, pero se lo veía torpe y descoordinado. Un día llegó a la clase de Arte con los codos magullados de aprender a caer». En un comentario encantador sobre su situación, Warhol dibujó y envió por correo una jocosa tarjeta navideña en la que se ven cinco bailarines de piel rosada con unos ajustados tops de color malva y pantalones cortos rojos. La apariencia afeminada de la tarjeta (en los bocetos que hizo para ella aparecen mariposas revoloteando) apunta a algo que fue vital en su existencia durante aquella época: la voluntad de experimentar con un personaje abiertamente *queer* [1] y de jugar con las normas de género.

La relación de Warhol con su propia sexualidad, en un inicio frente a la feroz oposición de los Estados Unidos de Eisenhower, se convirtió en la fuerza impulsora de toda su concepción sobre cómo crear arte y cómo vivir la vida. Mostrar abiertamente una identidad despreciada por la mayor parte de la sociedad tenía sus riesgos, por supuesto, pero también podría ser un gesto empoderador. Representaba un tipo de coraje y de audacia en una sociedad que no estaba en absoluto predispuesta a conceder ninguna de esas dos virtudes a hombres como él. La identidad de Warhol como homosexual, casi fuera del armario pero nunca del todo, condicionó durante décadas el modo en que la gente reaccionaba ante él, tanto si se trataba del público homófobo, como el de los heterosexuales aliados o el de los hombres homosexuales en cuyos mundos se movía.

Sin todas esas tensiones y complicaciones —sin la manera en la que lo distanciaban de la cultura dominante convencional—, Warhol no se habría convertido nunca en el gran artista enigmático que fue. Y fue en el Tech donde esa identidad comenzó a tomar forma. En un trabajo de la escuela en el que tenían que autorretratarse, Warhol llegó a representarse a sí mismo como una niña, con unos rizos a lo Shirley Temple, lo que dejó impactados tanto a la profesora como a la clase. «¿Quién demonios es esa? ¿Tu hermana?», se dice que preguntó un compañero de clase. «No», respondió Warhol, «siempre he querido saber qué aspecto tendría yo si fuera una niña».

Sobre las primeras exploraciones de Warhol de su identidad homosexual solo tenemos pruebas circunstanciales. Sabemos que, tan pronto como llegó a Nueva York, en 1949, ya estaba completamente inmerso en la comunidad gay. Durante doce años más, justo hasta la explosión del pop art, vivió y desarrolló su trabajo artístico casi enteramente dentro de esos márgenes. Siendo así, tiene que haber existido algún momento clave antes de eso, algún momento en Pittsburgh en el que Warhol revelara su inclinación, al menos ante sí mismo y ante otros chicos gais (que era el significado original que tenía el concepto de *outing*, antes de que empezara a significar «salir del armario ante las personas heterosexuales»). Esto debió de producirse como muy tarde hacia el otoño de 1947, después de haber pasado de sus trabajos de verano como vendedor de leche, como encargado del surtidor de soda o como vendedor ambulante de frutas y verduras a conseguir otro en la Joseph Horne Company, «unos lujosos grandes almacenes a los que acudía la clase alta», según uno de sus empleados, en el centro de Pittsburgh. El centro puso aire acondicionado antes que ninguno de sus competidores, había instalado unas escaleras mecánicas solo unos meses antes de que Warhol empezara a trabajar allí y presumía de que la planta dedicada enteramente a la moda femenina había sido diseñada por el mismo Raymond Loewy, el padre de la deriva al estilo aerodinámico del *art déco*. Los habitantes de Pittsburgh iban hasta allí solo para mirar sus lujosos escaparates.

Warhol terminó trabajando en el mismo departamento que diseñaba los escaparates. En una de sus infravaloraciones clásicas, afirmó que sus tareas habían consistido simplemente en hojear glamurosas revistas de moda en busca de ideas, sin llegar jamás a «encontrar ni a ingeniar ninguna». De hecho, personas de aquella primera época han hablado de cuánto se implicaba en la disposición de los escaparates dedicados a las prendas de ropa que se veían desde la calle. Una fotografía de uno de aquellos en los que trabajó muestra todo un despliegue de ropa de playa sexy para mujeres, y las palabras «probado con hombres» pegadas en el cristal, lo que seguramente arrancaría alguna sonrisa a los que se encargaron de pintarlas, pues el interés de estos en los biquinis era más bien limitado.

«En el departamento de escaparatismo había varias reinas con mucha pluma y [Warhol] estaba fascinado y siempre intrigado por su conversación», contaba Perry Davis, que fue profesor de arte en el Tech. (Los escaparatistas de los otros grandes almacenes de Pittsburgh, los Kauffman, eran marcadamente heterosexuales, según contaba un amigo gay de Warhol que trabajaba allí). El jefe de diseño de escaparates de Horne era un hombre gay llamado Larry Vollmer, que había contratado a Warhol «en el ascensor mismo» y que una vez

describió a su empleado como «un bicho raro de verdad, a su aire», pero también dijo que era alguien con un talento extraordinario «a la vez académico y fantásticamente original». En otro tiempo, Vollmer había diseñado escaparates para los grandes almacenes Bonwit Teller de Nueva York, igual que lo haría Warhol después, y le contaba a su nuevo protegido batallitas sobre cómo, por un escaparate, se había peleado con Salvador Dalí, quien terminó en la cárcel y también en la primera página de *The New York Times* cuando su bañera «forrada de astracán» atravesó el vidrio del escaparate. No es de extrañar que Warhol, que toda su vida fue admirador de Dalí y de sus astracanadas, hablara de Vollmer como el ídolo de sus años estudiantiles.

Existen unas encantadoras fotos de Horne, fechadas en agosto y octubre de 1947, en las que se ve a Warhol y a los otros miembros de su departamento haciendo tonterías entre los monos de juguete y las gafas gigantes que usaban en los escaparates. Los colegas gais del artista «hablaban sobre sus fiestas de disfraces. Algunos de ellos tenían mucho talento, pero lo que a Andy le llamaba la atención de ellos era su extraña forma de vestir, su amaneramiento, ese tipo de cosas», contaba Davis. Warhol tomó buena nota de todo ello: se gastó los cincuenta centavos que le pagaban en Horne por hora en un vistoso atuendo de pana que sus amigos llamaban su «traje de ensueño». Era rosa, según contaría luego alguien que en aquel entonces era un adolescente gay de Pittsburgh y lo veía con admiración como un «conjunto único, desafiante y precioso». El traje hacía que Warhol atrajera instantáneamente toda la atención: «Uno no iba por ahí, por el centro de Pittsburgh, con un traje rosa», decía otro hombre gay que creció allí. Aquel año, la pana estaba siendo muy difícil de vender sobre todo para los universitarios que llevaban la Tienda del Campus de Horne, que se encontraba junto a otros departamentos tan varoniles como el de armas, cámaras y artículos deportivos. Pero Warhol no definía exactamente su estilo por la línea que recomendaban aquellos jóvenes y viriles vendedores; él complementaba su traje con zapatos de pares distintos, una corbata bañada en pintura y las uñas esmaltadas de colores fuertes. Oscar Wilde dijo una vez que «uno debería ser una obra de arte o vestir una obra de arte». En la época de Horne vemos a Warhol intentando por primera vez hacer ambas cosas.

Perry Davis creía que sus compañeros de clase se equivocaban al considerar a Warhol como alguien inocente y asexual; lo único que necesitaba era cierta exposición a la sexualidad gay. Y eso es lo que sacó de su trabajo en Horne.

A menudo, los cuartos de baño de los grandes almacenes eran «salones de té», término en clave gay para referirse a sitios en los que era posible tener encuentros sexuales casuales. «Había muy pocos

lugares en que los hombres pudieran encontrarse», recordaba un ciudadano gay de Pittsburgh de la generación de Warhol, quien decía también que Horne tenía «los baños para hombres más bonitos». Se tiraba de la cadena pisando un botón situado en el suelo.

Los almacenes Horne estaban en el extremo oeste del centro de la ciudad, lo que los ubicaba justo al lado de una desastrada zona industrial conocida como The Point, llena de «bares cutres, prostitutas…; uno no querría pasar por allí durante el día, y mucho menos de noche», recordaba un veterano empleado de Horne. The Point también era una importante zona de *cruising*, lo que hacía del barrio un excelente terreno de caza para los policías que andaban en busca de «desviados sexuales» a los que apalear o detener.

Los Estados Unidos de finales de la década de 1940 constituían el peor momento y lugar que pueda imaginarse para que un joven descubriera que se sentía atraído por otros hombres. El tercer año en el Tech, Warhol cursó una asignatura llamada Psicología adaptativa (que trataba sobre el «comportamiento humano dentro del grupo y el sentido de la individualidad») cuyo ejemplar del manual ha llegado hasta nosotros. Las páginas sobre homosexualidad están subrayadas más profusamente que ninguna otra sección del libro. Puede que las primeras palabras sobre el deseo gay que aparecen en ese manual de psicología despertaran en Warhol cierta esperanza: «Hay pocos trastornos del comportamiento que hayan sido tan mal entendidos y tan despreciados por la opinión popular. La homosexualidad no es un "signo de degeneración"». Pero la esperanza se desvanece en las siguientes frases del libro: «[La homosexualidad] es un ajuste sexual inadecuado, a menudo fruto de un mal desarrollo». El autor explicaba que la mayoría de quienes la sufren gestionan su trastorno sin llegar a caer en «actos sexuales abiertos», pero que los «casos más pronunciados» pueden llevar a la acción. Warhol leería en aquel texto, bien con preocupación, bien con deleite, que la «cura» solía ser difícil, «porque la persona afectada se encuentra satisfecha con su forma de ajuste, y a menudo la defiende con elaboradas racionalizaciones», lo que es causa de «una ansiedad aguda […] que únicamente se alivia con un reajuste sexual»; es decir, un pseudotratamiento infernal del que, por suerte, Warhol se libró.

En un autorretrato poco conocido que Warhol pintó en el Tech, se representó a sí mismo con una postura afeminada tan absurdamente intencional —y quizá incluso con laca de uñas blanca, que después fue su favorita— que es imposible que los homófobos del lugar no lo hubieran tildado de «mariquita». En un retrato que le hizo su compañero de clase Philip Pearlstein sale con la misma postura. «Siempre hacía gestos pequeños como levantar el dedo y cosas así para destacar», contaba Pearlstein.

Las maneras afeminadas de Warhol lo convertirían en blanco fácil para los universitarios de Oakland, conocidos por su actitud especialmente cruel, e incluso violenta, hacia los homosexuales. Décadas más tarde, el artista hizo algunos autorretratos en los que aparece siendo golpeado o estrangulado.

En los Estados Unidos de la posguerra, la homofobia estaba institucionalizada. En 1950, el Senado —que se autodeclara «el mayor cuerpo deliberativo del mundo»— publicó un informe titulado «Contratación por el Gobierno de homosexuales y otros pervertidos sexuales»; ofrece algunos consejos generales útiles para los futuros inquisidores («contrariamente a la creencia popular, no todos los hombres homosexuales tienen modales afeminados») y concluye que «un solo homosexual puede contaminar una institución entera del Gobierno». Dicho informe provocó una ola de «terror lila», el llamado Lavender Scare, que desembocó en una persecución a gran escala. En 1977, cuando el FBI destruyó por fin los archivos del programa sobre «Desviación sexual» de J. Edgar Hoover, había en ellos trescientas treinta mil páginas de documentos.

Puede que los hombres gais de Pittsburgh vieran la caza de brujas sistemática que se estaba produciendo en Washington casi como el lado positivo. En 1948, dos jueces de Pittsburgh se refirieron a los homosexuales como «la mayor amenaza para la sociedad», y citaban unas listas de la policía con los nombres de mil de aquellos «conocidos pervertidos».

En toda Pennsylvania, el delito de sodomía (que incluía el sexo oral) podía castigarse hasta con diez años de trabajos forzados. En 1949, la fiscalía presentó tantos cargos contra un ciudadano de McKeesport que sus sentencias acabaron sumando un total de entre quince y treinta años, de los que llegó a cumplir diecinueve antes de que consiguiera probar que la policía había preparado pruebas falsas contra él. En 1951, la pena máxima por sodomía en Pennsylvania se aumentó a cadena perpetua, hasta entonces reservada para los delitos de traición, asesinato, secuestro y toma de rehenes en prisión, y se extendió incluso a los casos de «prostitución para cometer sodomía». Lo que determinaba el destino del acusado era un examen psiquiátrico, y a veces los trabajos forzados se sustituían por una estancia de duración indefinida en un hospital psiquiátrico. Tal como recordaba un hombre gay de Pittsburgh: «Si te pillaban, tenían dos opciones: cárcel o electrochoque».

Justo en la misma época en la que Warhol empezaba a salir del armario, las probabilidades de que te pillaran empezaron a dispararse. En septiembre de 1948, un año después del verano en que Warhol estuvo trabajando en Horne, el Departamento de Policía de Pittsburgh creó el Escuadrón de la Moral, un equipo especial cuya única labor era

detener a hombres homosexuales. Eran aquellos los policías que recorrían el distrito de The Point, junto a los almacenes Horne, y atacaban a los homosexuales mediante «agresiones brutales y salvajes sin provocación previa». En las primeras dos semanas de existencia de la unidad, los policías dispararon contra dos hombres gais.

Casi en el mismo momento en que se formó el Escuadrón de la Moral, sus treinta y seis miembros se dieron cuenta de que les acababan de proporcionar un medio perfecto para la extorsión: ¿qué hombre no apoquinaría la cuantiosa suma de doscientos dólares para que se retiraran todos los cargos contra él, si con ello conseguía evitar la exposición mediática, la segura pérdida de su empleo y, con toda posibilidad, una década en prisión? Un empleado de unos almacenes más pequeños que había a pocas manzanas de Horne era un habitual de The Point, y cuenta cómo fue arrestado por unos policías vestidos de secreta, antes siquiera de haber tenido oportunidad de hacer ninguna insinuación. El Escuadrón de la Moral no tardó en descubrir que la extorsión funcionaba igual de bien con los hombres heterosexuales que encontraban solos en la calle a altas horas de la noche, y que preferirían pagar antes de verse avergonzados por una acusación de «desviación». Un amigo heterosexual de Warhol que paseaba de noche con una chica P&D descubrió que ni siquiera él estaba a salvo: el escuadrón supuso que sus padres preferirían pagar antes que verlo enfrentarse a la acusación de un delito contra la moral. (Decidió apelar contra los cargos y acabó ganando).

Como dijo el *Pittsburgh Press* cuando estalló finalmente el escándalo en 1951, «los hombres decentes y respetables no podían entrar a ciertos lugares públicos del centro de Pittsburgh sin poner en peligro su reputación, su hogar y su familia». Los hombres menos «respetables» de la ciudad vivían en un estado de absoluto pánico paranoide.

Finalmente, un juzgado de instrucción estatal imputó por corrupción a doce miembros del Escuadrón de la Moral, aunque, por supuesto, el escándalo no se explicó hablando del terrible efecto que la unidad había tenido en la vida de los casi ochocientos hombres arrestados, sino que se presentó como un ejemplo de la forma en la que la corrupción estaba obstaculizando la importante labor de limpiar las «increíbles condiciones de depravación que implica la homosexualidad masculina».

Ese era el mundo de Warhol. Sus diferencias con respecto al varón medio lo ponían en peligro, pero, al igual que muchos otros jóvenes homosexuales, también las usaba como fuente de personalidad y poder. Su homosexualidad le acercaba a lo más puntero de la sociedad, que siempre había sido un espacio perfecto para lo más puntero del arte. Para Warhol, ninguno de los dos aspectos estarían

nunca separados; y parte de su genialidad radicó en hacer que los demás supieran reconocer dicha conexión. Esto puede verse ya en su mejor obra de estudiante, aunque únicamente la conocemos por una sola descripción.

Para uno de sus trabajos de tercer año tuvo que ilustrar una escena de un cuento de Willa Cather, la autora más querida de Pittsburgh, escrito en 1920. El relato se llamaba «El caso de Paul: un estudio sobre el temperamento»; «temperamental» era entonces un eufemismo para «gay». Cather describe al protagonista adolescente como un dandi que lleva un «escandaloso clavel rojo» y cuya mirada se caracteriza «notablemente por un brillo muy expresivo» que despliega «de un modo consciente y teatral, lo cual resulta particularmente ofensivo en un chico». El protagonista se pierde entre los cuadros del museo de arte del Carnegie Institute y, después, se sienta en el auditorio «embriagado» por una soprano que canta ópera, igual que más tarde le ocurrió a Warhol en Nueva York, ya fuera viendo una actuación en directo en el Met, ya fuera escuchando a Maria Callas en su estéreo.

Por supuesto, el antihéroe de Cather no se adapta bien ni a la vida ni a la escuela de Pittsburgh, donde su único placer es juntarse con los actores de un teatro local, lo que tiene «todo el encanto de un amor secreto». Paul consigue que todas las estrellas le firmen sus fotografías, es expulsado de la escuela, roba una fortuna a su jefe y huye a Nueva York, donde se entrega a una semana de flores y champán en un lujoso hotel. Se va de fiesta con «un chico alocado de San Francisco, un estudiante que acaba de entrar en Yale» y descubre que la alta sociedad, y el dinero con el que uno puede comprar el acceso a ella, lo son todo para él. Cather bien podría haber escrito el relato en exclusiva para Warhol, o incluso sobre él.

Los placeres prohibidos de Paul no duran mucho, el protagonista termina muriendo sobre la nieve, bajo las ruedas de un tren, la escena que Warhol y sus compañeros de clase debían ilustrar. Toda la clase creó imágenes muy típicas de locomotoras y cadáveres mutilados. Pero Warhol, en su primera manifestación clara de genialidad artística, presentó a su perplejo profesor una sábana blanca inmaculada con una enorme salpicadura de pintura de color rojo sangre en medio. Aquella abstracción estaba en total sintonía y actualidad con las últimas obras hechas usando la misma técnica de Jackson Pollock y los suyos, muy presentes en la mente de los P&D del Tech, pero también puede interpretarse como la primera imagen de la serie de Warhol *Muerte y desastres*, al estilo pop art. Esta fue creada exactamente quince años antes de que aparecieran las demás. La pieza también recuerda a sus abstracciones sobre fluidos corporales, la «sangre» en ella precede al semen y la orina que Warhol emplearía más tarde como material en sus pinturas. La imagen expresaba

también el dolor perenne de ser un adolescente gay en Pittsburgh, cuarenta años después de que Cather publicara su relato. «Solía haber una media de doce, quince o veinte suicidios al año —contaba un camarero gay que salió del armario en la década de 1940—. Nuestra gente se encontraba en los parques y soñábamos con el amor y todo eso, pero no había lugar para ello».

Sin embargo, hasta en la homófoba ciudad natal de Warhol había destellos de esperanza. Con los gais más extravagantes y escandalosos, como los escaparatistas de Horne, por ejemplo, existía cierta tolerancia; los heterosexuales de los años cuarenta les «permitían ciertas libertades, de forma no muy distinta de la que se concede al tonto del pueblo».

Una galería local llamada Outlines también mostró a Warhol la posibilidad de una discreta apertura a la homosexualidad: fue el lugar de algunas de las primeras apariciones públicas del compositor John Cage y el bailarín Merce Cunningham, que acababan de convertirse en pareja tanto artística como en la vida privada. Durante una estancia por trabajo que se prolongó todo el mes de junio de 1946, tuvieron un apartamento en Pittsburgh, así que Warhol tuvo oportunidad de darse cuenta de que los miembros de aquel dúo artístico eran algo más que amigos y que quizá su creatividad y su intimidad estaban conectadas. Durante los cuarenta años siguientes, Warhol exploró esa conexión entre la vida gay y la vanguardia, lo cual contribuyó a que se convirtiera en una figura central de la cultura estadounidense.

Pittsburgh contaba incluso con una pequeña red de clubes gay que no duraban mucho tiempo, aunque uno de los primeros en abrir, que se encontraba en McKeesport, llevaba su secretismo hasta tal punto que solo se podía acceder a la entrada trepando por el tejado. ¿Es posible que fuera el recuerdo de aquel club, donde probablemente Warhol «nació» como gay, lo que alimentara la mentira que solía contar de que había nacido en McKeesport? Existían también unas redes muy íntimas de amigos y amantes homosexuales que, con el mayor de los secretismos, celebraban bodas gais clandestinas.

Es probable que Warhol fuera demasiado joven e ingenuo para formar parte de aquel mundillo clandestino, pero sí habría conocido al menos un ejemplo de profesional de élite que vivía como alguien abiertamente *queer*, tal como lo denominarían más tarde los teóricos, e incluso como homosexual manifiesto. Se trata de Andrey Avinoff, director del museo de historia natural del Carnegie Institute al que Warhol (otro Andrej) iba a dibujar muchos sábados.

Avinoff, a quien un familiar suyo describe como «un hombre elegante, de huesos finos, que llevaba unos quevedos y una estilosa pajarita», era un aristócrata ruso que había comenzado su exilio en Estados Unidos, en Nueva York, obteniendo cierto éxito como

retratista de la sociedad y artista comercial. El ruso poseía también unos legendarios conocimiento sobre mariposas, adquiridos durante su juventud zarista, que empleó para labrarse una carrera en el ala de historia natural del Carnegie Institute. Era famoso en todo el país, el *New Yorker* le dedicó un artículo en 1948 y, en el verano de 1949, estaba a punto de recibir mucha visibilidad en la revista *Life* cuando sufrió un ataque al corazón.

En la ciudad natal de Warhol, el destacado entomólogo Avinoff era también un célebre pintor: daba clases de arte en la Universidad de Pittsburgh, y exponía y daba conferencias en el Tech. A finales del primer curso de Warhol, el ruso expuso sus etéreos cuadros de flores y mariposas en el Museo de Arte Carnegie, al mismo tiempo que nuestro artista realizaba sus etéreas pinturas de bailarines y mariposas para sus clases. Pocos años después, Warhol hizo un dibujo de un bebé con una mariposa en la cabeza, en el que escribió: «Este es Andy con dos años / mirándote con melancolía. / Tiene alas de mariposa / y si preguntas por qué, / te dirá: "Soy una mariposa, ¿sabes? / ¿No quieres volar conmigo?"».

Avinoff formaba parte de un discreto círculo de hombres gais pertenecientes a las más altas esferas de la sociedad de Pittsburgh. Entre ellos había algunos peces gordos casados, como el heredero de Alcoa, Roy Hunt (que financió la biblioteca del Tech), y el magnate de la aviación George R. Hann (propietario de los iconos rusos que mostraba Avinoff, de quien, al parecer, era también amante), así como Edgar Kaufmann, el hijo de un magnate local propietario de grandes almacenes, que tenía un enorme talento para el diseño. Más tarde, como comisario artístico del MoMA, este ayudaría a Warhol a buscar trabajo en Nueva York.

Avinoff «descendió sobre nuestra ciudad como si fuera una criatura fabulosa de otro planeta», contaba un antiguo estudiante de arte de Pittsburgh. «Era el ídolo de mi juventud —aseguraba— como un adorno navideño que gira en el escaparate de unos grandes almacenes, reflejaba con un tenue resplandor todas las facetas del mundo a su alrededor»; este aspecto «fabuloso» de un escaparate suena también como una expresión en clave del estilo *queer* de Avinoff.

Al menos en su círculo más íntimo, la homosexualidad del ruso se consideraba «tan solo una pequeña parte de su encanto, todo el mundo lo sabía y a nadie le importaba». Asistió a una velada celebrada en Pittsburgh vestido de mariposa, y como tal aparece en una caricatura publicada en la *Pittsburgh Post-Gazette*, que hacía una alusión apenas velada a su condición *queer*. Cuando dejó el Tech, Avinoff empezó a hacer planes para montar una asociación gay en Nueva York, y diseñó un friso sumamente pornográfico para la sede de su club que supuso la culminación de décadas de su trabajo más

personal con la erótica. Parece probable que entre Avinoff y Warhol —dos ilustradores homosexuales de éxito llegados de Pittsburgh que habían asistido a sesiones de dibujo del natural en las mismas instituciones y en la misma época, y que creaban imágenes relacionadas con penes y mariposas— existiera algún tipo de contacto. De hecho, el ruso había encontrado a muchos de los modelos para sus desnudos entre los estudiantes del Tech y fue uno de los jueces de aquel concurso de arte de la Scholastic en el que Warhol había ganado algún tipo de premio.

Al tiempo que nuestro artista se encontraba a mediados de su primer año, Avinoff empezaba a compartir sus dibujos eróticos y las historias sobre la vida gay que había tras ellos con un nuevo amigo con el que mantuvo una extensa correspondencia que había conocido en los círculos entomológicos: el sexólogo Alfred Kinsey, cuya obra *Sexual Behavior in the Human Male* acababa de publicarse con gran revuelo. En abril de 1948, su publicidad había doblado las ventas de un viejo whisky llamado Kinsey's; a finales de año, el ensayo se había ganado una mención en el musical *Kiss Me, Kate*, de Cole Porter.

La revista *Life*, publicación que Warhol leía, dio mucha cobertura al libro. Así, nuestro artista descubrió que, por primera vez en la historia del país, era posible tratar los comportamientos y a las personas homosexuales como una parte normal de la vida estadounidense. Una de las mayores bombas que arrojaba el libro era el descubrimiento que había hecho Kinsey de que el 25 por ciento de los hombres adultos menores de cincuenta y cinco años habían tenido experiencias homosexuales «más que fortuitas» durante al menos tres años seguidos alguna vez en su vida. Resultaba una visión prometedora para un joven de diecinueve años que acababa de descubrir que se sentía atraído por otros hombres.

Pocas semanas después de que se publicara el ensayo de Kinsey, Warhol tuvo oportunidad de leer aún más sobre su «condición», que finalmente empezaba a parecerse más a una identidad que a una patología. La tercera novela de Gore Vidal, *La ciudad y el pilar de sal*, libro construido en torno a la cultura homosexual, entró en la lista de los más vendidos ese mismo invierno. (Vidal contaría después que había vivido durante siglos de los derechos de autor derivados de esa obra). Al año siguiente, una guía clandestina de la vida gay afirmaba sobre el libro que «sus diálogos y su color tan precisos» hacían «poco probable que pueda llegar a ser superado» en su tratamiento de la realidad *queer*.

A pesar del trágico final reservado a su protagonista gay como norma, la mayor parte del libro adoptaba la posición radical de que la homosexualidad debía ser una parte aceptable del crisol cultural y sexual estadounidense: una inclinación minoritaria, claro, y

estigmatizada, pero en absoluto extraña, excepcional ni vergonzosa en sí misma. El libro se atrevió a imaginar «un mundo donde el sexo era algo natural y no temible, donde los hombres podían amar a otros hombres naturalmente, de la manera en que debe hacerse». No hay forma de saber con seguridad si Warhol leyó a Vidal: *The Washington Post*, preocupado por que la novela presentara una homofobia perfectamente respetable como una muestra de intolerancia y zafiedad, aseguró que el libro debería estar en las bibliotecas de psicología, «no en manos de chicos afeminados, mimando sus inclinaciones patológicas». Pero con semejante agitación, ¿cómo no iba a ser la novela objeto de constante conversación entre los amigos homosexuales de Warhol?

Lo que sí está claro es que nuestro artista devoró totalmente otro libro de temática gay que apareció más o menos por la misma época, que, teniendo en cuenta la homofobia de la posguerra, resultó ser un improbable momento clave para la literatura homosexual. Se trata de una novela corta llamada *Otras voces, otros ámbitos*, escrita por un genio de veintitrés años, Truman Capote, del que aparecía en la contracubierta una sensual fotografía que causó una gran conmoción. Se cuenta una historia sobre que, en un viaje a Nueva York la primavera siguiente, Warhol llegó hasta a hurtar una ampliación de aquel retrato de las oficinas de *Theater Arts*, revista para la que después acabó trabajando.

Para Warhol, con diecinueve años, el texto de Capote debió de ser tan importante como su fotografía. En la década de 1950 perseguía sigilosamente todos los pasos del autor y, en la de los años setenta, se convirtió en su amigo íntimo. Una escritora que aún iba a la universidad en la época en la que apareció *Otras voces* recordaba cómo, rodeados de veteranos «truculentos» financiados por la G. I. Bill, se reconocían los estetas como ella a través del nuevo libro de Capote: «Caminar con un Capote en la mano era tan distintivo, y tan discordante con los valores del mundo, como lo hubiera sido un hábito de un monje».

En algún momento de sus años de juventud, Warhol se tomó la molestia de llenar toda una página con anotaciones sobre los personajes del libro, como si estuviera pensando en ilustrarlos. En general, parece que sacó más inspiración de la visión *camp*[2] y extravagante, pero también encerrada en el armario, que presentaba Capote de lo *queer* que de los atisbos que ofrece Vidal de una cultura gay abierta pero común y corriente, y capaz de mezclarse perfectamente con la cultura convencional. Según una temprana reseña publicada en *The New York Times*, el libro de Capote estaba «fascinado por lo decadente y […] lo maligno, o quizá solo por la debilidad [… y] repleto de susurros sibilantes», una alusión en

absoluto velada a sus escenas y personajes homosexuales.

El protagonista del libro es Joel, un chico rubio de trece años, del que se dice que supone una ofensa para la noción convencional «de cómo debería ser un chico "de verdad" […] era demasiado guapo, demasiado delicado, su piel demasiado clara; cada una de sus facciones estaba esculpida con sensible precisión, y una ternura femenina suavizaba su mirada». No es una descripción muy distinta de la del propio Warhol a esa misma edad. Un cruel compañero de juegos de Joel le dice, incluso, que se vaya «a casa a recortar muñecas de papel, mariquita», lo mismo que hacía Warhol durante su convalecencia durante la infancia.

Otros pasajes evocan al hombre en el que Warhol acabaría convirtiéndose, quizá porque contribuyeron a moldearlo. Joel leía revistas de cine «hasta que se aprendía de memoria lo último que habían hecho las estrellas de Hollywood», y tenía una necesidad irresistible y distintivamente warholiana de «guardar y catalogar cualquier minucia […]: fotos de revistas y monedas extranjeras, libros y piedras singulares, y un conglomerado maravilloso que él había calificado simplemente como "Miscelánea"».

La novela nos presenta también a un pariente mayor de Joel, un esteta decadente y neurasténico que se traviste, «ni hombre ni mujer […] cada una de sus identidades cancelaba a la otra, una bolsa llena de disfraces». Su habitación está abarrotada hasta el absurdo de fruslerías y objetos victorianos, «mesas talladas, sillas de terciopelo, candelabros, una caja alemana de música, libros y cuadros», un estilo gay fabuloso como el de la decoración de las posteriores casas de Warhol. En la lectura de uno de los libros más famosos de su época —el «*Huckleberry Finn* mariquita», como lo llamó un chistoso— a nuestro artista seguro que le encantó descubrir que su alter ego, Joel, sale intacto del relato, a diferencia del protagonista gay de Cather e incluso de Vidal y de casi todas las ficciones anteriores.

De hecho, el pequeño y hermético mundo del Tech ofrecía también atisbos de una realidad que podía ser favorable para los homosexuales. A diferencia de casi cualquier otro lugar de la ciudad —salvo quizá los departamentos de escaparatismo de las tiendas más grandes—, la Escuela de Bellas Artes del Tech era un refugio para una minoría que podía mostrarse casi abiertamente homosexual.

Warhol tenía amigos en el mundillo de la danza dentro de la escuela que no estaban del todo en el armario, y en el propio Departamento de Arte «la homosexualidad estaba bastante aceptada», contaba Perry Davis, el profesor gay que se había fijado en las «reinas con mucha pluma» de Horne y que una vez recomendó a Capote como autor al que merecía la pena seguir la pista. El propio Davis escribía letras para las *drag queen* que actuaban en un club de música negra.

Un compañero de estudios de Warhol, George Klauber, había salido del armario del todo y pasó a formar parte del grupo abiertamente gay de Nueva York: él fue su primer contacto, y el más importante, en ese mundo. Roger Anliker, un profesor que llegó durante el último año de nuestro artista en el Tech, era gay pero permanecía más bien en el armario. Decía que consideraba a Warhol más como un amigo que como un alumno, y pintó un retrato del natural del joven —muy íntimo, sensible y afeminado— en el que este sostenía en la mano un pequeño pájaro de juguete.

El propio Perry Davis era «muy gay y con mucha pluma», según contaba Dorothy Cantor. Llevaba camisas de un color rosa fuerte, que en ese momento se consideraban un signo indudable de homosexualidad, y en las fotos se lo ve delgado y guapo. Un estudiante lo llamó con crueldad «pastelito de frutas».

En una fiesta de estudiantes de arte que se celebró en el piso de Davis, Warhol apareció con el cabello teñido del color del chartreuse, referencia segura a una nueva película llamada *El muchacho de los cabellos verdes*. Esta se había estrenado en noviembre de 1948 y estaba protagonizada por el actor infantil Dean Stockwell, que de adulto acudiría a una fiesta en honor de Warhol celebrada en Hollywood en 1963. En la película, un chico huérfano de doce años se despierta un día y descubre que se ha vuelto «distinto» de todo el mundo (porque el pelo se le ha puesto verde), y tiene que aprender a hacer frente a la discriminación, pues sufre incluso palizas. Tanto Warhol como el resto de los P&D que lo vieron lucir su tinte de color esmeralda no pudieron haber entendido el gesto más que como una metáfora de salir del armario en Pittsburgh.

Delante de la Escuela de Bellas Artes con Dorothy Cantor y Philip Pearlstein.

4
1947–1949

DADÁ Y EL CINE EN EL TECH | LA GALERÍA OUTLINES Y LA VANGUARDIA | ESTUDIANTE ESTELAR | ORÍGENES DE LA TÉCNICA *BLOTTED LINE* | HORIZONTES NEOYORQUINOS

«Andy hacía lo que le daba la real gana; se ganaba la aprobación por ser imposible».

Durante su tercer curso en el Tech, al tiempo que se daba sus primeros chapuzones tentativos en la cultura gay, Warhol hacía también su primera inmersión completa en el arte de vanguardia. «Hazlo nuevo» era la idea clave del movimiento moderno y, por posmoderno que Warhol pueda parecer, aquel fue el concepto que dio forma a todo lo que creaba y hacía. Podría decirse que si llegó hasta los rincones más extraños de lo posmoderno fue solo por su formación inicial en la innovación moderna: si hay un verdadero impulso que explique el vastísimo alcance de la diversidad de la obra de Warhol, ese es su odio por todo aquello que ya estuviera hecho. Philip Pearlstein contaba que, de todos los miembros de su camarilla, era Warhol quien creía más firmemente «que siempre hay que intentar encontrar algo nuevo». Esta idea, central en toda su carrera, no es algo con lo que hubiera nacido; podemos rastrear su aprendizaje a los años en los que era un estudiante esteta en Pittsburgh. Por lo que se cuenta, fue un profesor del Tech quien le indicó el camino: «Tienes que hacer las cosas tal como tú quieres, y al cuerno lo que yo piense, al cuerno lo que piensen todos los demás a tu alrededor. Hazlo tal como tú lo ves, de modo que te guste a ti mismo, o nunca llegarás a nada».

En el Tech, los P&D se encontraban en plena reacción contra una escena artística local que aún seguía bajo la influencia del realismo social y del regionalismo estadounidense que dominaba los anuarios del Carnegie. «Abstracción y expresionismo abstracto: esa era, básicamente, la nueva frontera. Esos eran los tipos que admirábamos», contaba un estudiante. Robert Lepper, otro de sus profesores, recordaba que estaba, al mismo tiempo, desconcertado con Jackson Pollock y también convencido de que la abstracción debía ser defendida, aunque fuera con reticencias, como el «inevitable» destino del arte en una sociedad industrial. En uno de los trabajos que les encargaron en el Tech, Warhol tuvo que representar la lluvia y

entregó un batiburrillo de chorreones de pintura amarilla, azul y roja.

Pearlstein también contaba de sí mismo que «no hizo, deliberadamente, nada figurativo» durante sus últimos años en el Tech. Aquellos de sus cuadros que han llegado hasta nosotros, casi todos figurativos, dejan claro que eso no era del todo cierto, pero el recuerdo resulta aún más revelador justo por el hecho de ser falso: «abstracto» era la palabra que había que evocar, y Warhol la empleó después para referirse a casi cualquier obra arte —y cualquier cosa— que conllevara complicaciones notables.

Más allá incluso de lo más puntero de la abstracción, Betty Asche Douglas recordaba especialmente a Warhol escuchando con atención las acaloradas discusiones sobre Marcel Duchamp «y si lo que había hecho o estaba haciendo en el arte…, si legítimamente era una cuestión de arte o si era algo en cierta manera periférico».

Los estudiantes ingeniaron «nuestra propia versión de los *happenings* dadaístas. […] La idea era hacer algo único o inesperado», contaba Douglas. Se trataba tanto de hacer el tonto en general, disfrazándose por ejemplo de estrellas de películas antiguas —Warhol expresaba ya su devoción por Shirley Temple—, como de una actitud vanguardista más seria. Decidieron probar suerte con películas experimentales, entre ellas hay una que casi podría pasar por una obra de Warhol de los años sesenta: «Nos disfrazamos, nos subimos a un tranvía en el centro de Oakland y llegamos hasta el campus. Allí teníamos a un tipo que extendía una alfombra roja, desde el tranvía, para que camináramos por ella, mientras otra persona lo grababa desde la acera».

Uno de los compañeros de clase dijo de aquel proyecto, hecho en plan broma por todo el alumnado de tercero, que fue «una película muy controvertida en su día […] una de las primeras películas *underground*». Empezaba como uno de los «cadáveres exquisitos» de los surrealistas: cada estudiante había aportado diez segundos de metraje. Para añadir color, los P&D colocaban gelatinas en el proyector, adelantándose a los efectos de luz que ideó Warhol para sus producciones *Exploding Plastic Inevitable* a mediados de la década de 1960. Él mismo desempeñó un papel notable en la película.

Puede que cuando Warhol, en torno a 1965, dejó atrás su enorme éxito como pintor de pop art para dedicarse al cine radical este desplazamiento pareciese surgido de la nada, pero en realidad tenía profundas raíces en sus años universitarios. Los profesores del Tech se esforzaban por mantenerse al día de la cinefilia recién descubierta de sus alumnos: los estudiantes fundaron un club de artes cinematográficas con el objetivo de producir una nueva película cada año, y empezaron a organizar encuentros semanales de «proyecciones experimentales» como la ultimísima *La bella y la bestia*, de Jean

Cocteau, uno de los héroes sempiternos de Warhol. El texto de la asociación sobre historia del arte, sumamente adelantado a su tiempo, hacía la sorprendente afirmación de que las venerables artes estáticas de la escultura y la pintura estaban perdiendo terreno sin remedio ante «las más dinámicas artes de la danza, la música y el drama, en un proceso que ha llegado [...] para encontrar su síntesis más satisfactoria en la película sonora y a color». Eso era, más o menos, en lo que estaba pensando Warhol, unos quince años después, cuando abandonó oficialmente la pintura para dedicarse el cine y a tutelar la carrera de la Velvet Underground. «Andy empujaba [el arte] más allá de todos los límites imaginables. [...] Así que no le quedaba por hacer nada más que meterse en el roncarol y el cine», como dijo uno de sus primeros seguidores.

En el Tech la música también era importante —tanto Pearlstein como Warhol tomaron allí lecciones de piano—, y se exploraban incluso las composiciones más actuales y rabiosamente modernas. Un grupo de estudiantes llegó hasta a convertir un viejo instrumento de la escuela en lo último en pianos «preparados», un tipo de dispositivo que acababa de desarrollar por primera vez el radical compositor John Cage: «Le quitamos todas las teclas y le pusimos tachuelas y cosas así».

Por si todo esto no parece ya extremadamente avanzado para aquel grupo de estudiantes de arte de Pittsburgh, tenían también en su entorno local una galería llamada Outlines —ya olvidada hace mucho— para aprender a mirar mucho más allá. En Outlines Warhol tuvo su primer acercamiento de importancia a las ideas artísticas avanzadas, aun antes de que empezara a estudiar en el Tech. Allí apareció varias veces nada menos que el mismo Cage: la primera cuando Warhol aún estaba en el instituto y, después, otras tres cuando estudiaba ya en la universidad. Nuestro artista decía que se acordaba del día en que conoció al compositor, que siguió siendo para él un importante modelo durante décadas. En la década de 1960, uno de los más acérrimos defensores de Warhol señalaba la presencia de Cage en la raíz tanto de su obra como de su personalidad. Philip Pearlstein contaba que asistió con él a una conferencia de Cage en Outlines que había significado mucho para su amigo, y es difícil imaginar cómo Warhol hubiera podido convertirse en el vanguardista empedernido que era sin aquella galería. Según escribió un escéptico en la prensa local, Outlines tenía como objetivo «enseñar el arte moderno a los habitantes de Pittsburgh, les guste o no», y Pearlstein nos cuenta que Warhol y él frecuentaron con su grupo el lugar, que siguió recibiendo una gran atención mediática durante su tercer año de curso.

La galería Outlines abrió en 1941. Era el proyecto de una joven de la ciudad de veintiún años llamada Betty Rockwell, de quien la prensa siempre ha dicho que era una «mujer de mundo». La lista de los

eventos que se celebraron en Outlines a lo largo de sus seis años de existencia —durante una época estuvo en una ubicación próxima a la casa de Warhol— es impresionante, más osada que la de casi cualquier otro espacio del país. Tal como la calificó uno de los P&D, esta «galería del mañana» bien podría haber sido una rama del MoMA. Outlines expuso la obra de una sorprendente diversidad de artistas modernos, entre ellos Alexander Calder con su *Circo*, y organizó la primera individual de Joseph Cornell, que más tarde sería amigo de Warhol. Entre su puntera oferta en el campo de la fotografía se encontraban gigantes como Beaumont Newhall, Berenice Abbott y Henri Cartier-Bresson. La galería expuso también a Paul Klee, cuya influencia en el joven Warhol ha sido siempre obvia; a Cocteau, cuya estética gay fue crucial para nuestro artista, e incluso a Duchamp, figura central de la forma general en la que Warhol abordaba la creación artística. Betty Rockwell poseía una copia firmada y dedicada de la fastuosa *Boîte-en-valise*, de Duchamp, una colección de todas sus obras reproducidas en miniatura y una de las varias obras del artista que Warhol coleccionó durante sus primeros años pop.

Igual de significativa, teniendo en cuenta la posterior práctica de Warhol en el pop art, fue una exposición de serigrafías que organizó Rockwell en la que se decía que la técnica era un «medio de pintura directa» especialmente democrático, una postura que Warhol adoptaría después de forma casi polémica en sus propias «pinturas» serigráficas.

Las posteriores ideas de Warhol acerca del cine también tuvieron su catalizador en Outlines, donde se programaban todo tipo de películas convencionales y de arte, entre ellas estrenos de grabaciones experimentales hechas por Cornell y una proyección temprana de la pionera del *underground*, Maya Deren, de quien Philip Pearlstein recuerda que llevaba el primer peinado afro que había visto en su vida. Las numerosas visitas de Parker Tyler, uno de los primeros grandes pensadores sobre Hollywood, podrían haber estado en el origen del posterior interés de Warhol por el *star system*, lo que nos hace pensar en ello menos como la «obsesión» infantil que a menudo se considera y más como una fascinación intelectual genuina.

El programa de largometrajes de Outlines, que abarcó desde *Metrópolis* hasta *Sopa de ganso*, pasando por *Redes*, de Paul Strand, parece salido del plan de estudios de cualquier asignatura de historia del cine que pueda impartirse hoy, justo lo que Warhol necesitaba para, más adelante, hacer avanzar el medio. De hecho, su interés por la primera época de Hollywood pudo haber tenido más que ver con la programación de Outlines, donde las películas de entonces se consideraban arte serio, que con su afición al cine durante la infancia. La colisión vanguardista de películas de Hollywood y cine

experimental, que Warhol vivió por primera vez en Outlines, se convirtió en su distintivo como cineasta.

En otoño de 1947, cuando los problemas económicos desembocaron en el cierre de Outlines, Warhol empezaba su tercer año en el Tech e iniciaba su ascenso al estatus de estudiante estelar: por primera vez, obtuvo más sobresalientes en sus calificaciones que cualquier otra nota. «Tenía talento, no había duda al respecto; el profesorado lo sabía, y todos los estudiantes también», contaba un compañero de clase que recordaba que Warhol sobresalía incluso en una clase llena de soldados retornados y especialmente motivada y potente. Algunos de los profesores estaban tan impresionados con su alumno que se quedaron con sus trabajos, un cumplido que ni siquiera los mejores estudiantes de arte suelen recibir.

Sin embargo, el año no comenzaba nada auspiciosamente para él, pues tenía dificultades para pagar sus estudios. Según una versión de la historia, su madre decidió cerrarle el grifo, pero un presupuesto hecho por la propia universidad nos indica que es posible que, simplemente, los fondos legados por su padre se agotaran: la matrícula había subido el año anterior y también el coste de la vida. Uno de los profesores del Tech recordaba que Warhol no podía quedarse nunca a las fiestas del campus porque trabajaba después de clase para pagarse la comida, y su hermano Paul se enfadó una vez con él porque rechazó una oferta de setenta y cinco dólares por un cuadro al que Warhol había puesto un precio de noventa, lo que en aquel momento resultaba una suma extravagante para la obra de un estudiante: «Le digo: “Andy, ¿por qué no puedes emplear el sentido común, cuando necesitamos tanto ese dinero?”». Betty Asche Douglas, que estaba igual de arruinada, contaba que los dos iban a la caza de los sobrantes de los papeles buenos que tiraban los estudiantes del Departamento de Arquitectura, que tenían más posibles. En todo caso, Warhol consiguió de algún modo continuar sus estudios, probablemente con alguna ayuda de emergencia del Tech. Incluso abandonó la idea de especializarse en educación artística, en la que era más fácil labrarse una carrera, y, en cambio, se presentó al grado de Diseño pictórico.

Warhol se matriculó en una especialidad que combinaba bellas artes y arte comercial, combinación que resultaba especialmente prometedora. En aquel momento, tanto en Pittsburgh como en otros lugares, tenía lugar una animada polémica acerca de los dos campos.

Ya en la época en la que Warhol estaba en el instituto, Outlines había organizado una charla con el título de «The Advance Guard in Advertising», que impartió un destacado profesor de Arte del Tech, Robert Lepper. La galería expuso también ilustraciones de revistas y

organizó individuales de Saul Steinberg y William Steig —ambos tendrían una influencia crucial en la carrera comercial de Warhol—, además de una exposición llamada «Los artistas como ilustradores» que incluía a maestros como Picasso, Matisse y Calder.

El Carnegie Institute of Technology, por su parte, inauguró una exposición sobre arte para revistas justo el año en que Warhol empezaba el tercer curso en el Tech, y el artista fue a verla. Homer Saint-Gaudens, responsable de arte del Carnegie, opinaba que «tendemos a establecer una distinción demasiado grande entre el arte comercial y las bellas artes. Cuando un artista comercial es bueno, su obra se convierte en arte». Saint-Gaudens dedicaba especialmente sus elogios al famoso ilustrador Joseph Christian Leyendecker, el artista creador de aquellos anuncios de camisas Arrow, en los que se ve a grupos de maravillosos dandis de la era del jazz en actitud relajada y que hoy se consideran símbolos tempranos de camaradería gay. Para Warhol tuvieron que significar más que para muchos otros visitantes de la exposición.

Una reseña de la «Exposición Nacional de Arte Publicitario» de Nueva York que se publicó en Pittsburgh —en la que el propio Warhol participó unos años más tarde— decía que la muestra reflejaba «la tendencia hacia el arte moderno que está viviendo la publicidad nacional […] Parece que el empleo de las técnicas del surrealismo y la abstracción, o de un alto grado de estilización, permite lograr mejores obras de arte y piezas de publicidad que la pintura más convencional».

En vista de todo esto, ¿cómo podría no haberse convencido Warhol de que la humilde ilustración tenía potencial como arte con credibilidad, y viceversa? Casi toda la obra que acabó creando se erige sobre una tensión prometedora entre esos dos polos. Descubrió que las piezas comerciales podían venderse mejor si conseguías que parecieran más artísticas, y que podías dar más radicalidad a tu obra cruzándola con el arte comercial. Dos décadas después, el destacado crítico de cine Jonas Mekas seguía debatiendo sobre la idea de que «no existe el arte, es todo artesanía», empleando la obra de su amigo Warhol y sus *Cajas de Brillo* como prueba documental principal.

A pesar de la influencia de la galería Outlines y del Museo de Arte Carnegie, y por creciente reputación que fuera adquiriendo Warhol en el Tech, sus obras como estudiante siguieron siendo más eruditas que radicales: estaban más orientadas a encontrar un estilo propio que a buscar las nuevas ideas sobre el arte en las que reside su grandeza posterior.

Finalmente empezó a perder su estilo Daumier, que aún sigue siendo visible en algunas de las ilustraciones para relatos que hizo

aquel año, y lo reemplazó por sus famosas *blotted lines*, que serían su arma secreta en la escena del arte comercial de Nueva York en la década de 1950. Esta técnica consistía en traspasar a otro papel los finos trazos de un dibujo convencional realizado a pluma juntando uno con otro. Como resultado, quedaban una serie de puntos y líneas que tan solo insinuaban el tema dibujado, como si se tratara de «un bordado hecho con un hilo basto y un poco lanudo», según lo describiría posteriormente un comprador. (Véase el encarte en color). La nueva técnica estaba basada en el célebre trazo roto y relampagueante del artista e ilustrador Ben Shahn, uno de los héroes de Warhol, según él mismo confesó, y a quien todo el mundo reconoció como fuente de su estilo. De acuerdo con uno de sus compañeros de clase, «desarrolló una variación de ese trazo de Ben Shahn y se convirtió en el trazo de Andy Warhol».

Nuestro artista y su grupo conocieron el trabajo de Shahn gracias a diversas revistas y varias de las exposiciones anuales del Carnegie, además de por la exposición que le dedicó el MoMA en 1947 y que fue un enorme éxito. El año siguiente, la revista *Look* lo nombró uno de los diez mejores artistas del país; esta era la clase de cobertura mediática que sin duda atraía la atención de Warhol. Sin embargo, en la versión warholiana de Shahn, el trazo angular y desasosegado del viejo artista se convierte en algo que transmite más bien cierta consternación romántica. Su carácter vacilante no parece producto de una emoción y un dolor descarnados, sino que da la impresión de ser un nostálgico retraimiento en el pasado, como si se estuviera observando el mundo a través de un velo.

Para crear uno de estos dibujos de *blotted line*, Warhol empezaba pintando cualquier cosa. Luego, unía con cinta adhesiva la hoja que tenía el dibujo con otra hoja de papel, creando una especie de bisagra articulada que le permitía superponerlas. A continuación, repasaba milímetro a milímetro las líneas del dibujo original con una tinta densa y húmeda, e iba doblando la «bisagra» y poniendo la hoja limpia sobre de la del dibujo cada vez que añadía un trazo nuevo de tinta. La hoja de encima se iba manchando con la tinta acumulada en la de debajo y, así, Warhol creaba una copia del dibujo original, que era en realidad la obra final acabada. En la imagen resultante, el contorno limpio del dibujo quedaba desdibujado y apenas se esbozaba una silueta. A diferencia del nítido trabajo de Shahn, los dibujos de *blotted line* de Warhol resultan extrañamente distantes y mecánicos, como si se tratara de una vieja fotografía que se ha copiado e impreso tantas veces que sus líneas han comenzado a desaparecer.

Warhol le dijo una vez a un amigo: «Siempre he querido ver qué aspecto tendrían mis piezas si fueran impresas», y a menudo se señala su empleo de esta técnica de la *blotted line* como un primer signo de su

posterior fascinación con la producción en masa y con la idea de la figura del artista como máquina. Pero no es tan sencillo: después de todo, esta técnica warholiana de *blotted line* conlleva en realidad más trabajo manual a la antigua usanza que la propia realización del boceto original. Al menos al principio, ni siquiera parece que Warhol hiciera más de una copia del mismo dibujo. Realizar varias seguidas le hubiera permitido ahorrarse trabajo, lo cual uno pensaría que es en parte el objetivo de la técnica. Hay decenas de imágenes de sus llamados *musical sprites* (duendecillos musicales) creadas con esta técnica, pero, entre ellas, hay muy pocas repeticiones, o ninguna en absoluto. Hacernos creer que su forma de producción era industrial fue siempre una jactancia artística. En Nueva York, a principios de la década de 1950, la labor artesanal que implicaba la técnica de la *blotted line* llegó a ser tan tediosa que Warhol tenía ayudantes a sueldo para que la realizaran. En los años sesenta, hasta sus serigrafías pop seguían más cerca del trabajo manual que de la verdadera producción maquinal.

Un par de historias distintas explican el nacimiento de aquella nueva técnica de Warhol. Uno de estos relatos de génesis lo cuenta su antiguo profesor Robert Lepper. Dice que, debido a su pobreza, nuestro artista se veía obligado a usar papel barato, usado para imprimir periódicos, para hacer sus piezas, lo que provocaba que sus dibujos con tinta quedaran llenos de manchas. Otra leyenda habla de una vez en la que Warhol estaba dibujando con sus amigos en un restaurante, secó la tinta de su dibujo con una servilleta y —¡eureka! — así descubrió su trazo característico. Cuando él mismo habló sobre el origen de la *blotted line*, no contó la historia del restaurante, sino que explicó que «odiaba» el aspecto que tenía el trazo de sus dibujos, y que a partir de algún ejercicio de transferencia de tinta que habían tenido que hacer en clase «me di cuenta de que podías crear una mancha de tinta y conseguir ese acabado, y en cierto sentido parecía que estaba impreso».

Debieron de ser estas nuevas obras de *blotted line* lo que granjearon a Warhol los veinte dólares de premio que le otorgaron a finales del tercer curso por sus «progresos».

Entre los fans de Warhol ha sucedido algo extraño a lo largo de las últimas cinco décadas: en un esfuerzo innecesario por hacerlo más digerible como «maestro», algunos admiradores (e inversores) sorprendentemente conservadores han querido minimizar su radicalidad y fomentar en su lugar la idea de que tras su vanguardismo superficial había un artesano y esteta tradicional de gran talento. Esta es la razón por la que sus dibujos de *blotted line*

siguen teniendo tantos seguidores, a pesar de que no llegan a acercarse siquiera a su obra verdaderamente transformadora de la década de 1960 en adelante. Puede que esta técnica fuera atractiva y habilidosa, pero no era novedosa; era tan solo una técnica. No tenía nada que ver con la reconceptualización exhaustiva de la Bauhaus, o el dadaísmo, que se consideraba modélica en Outlines y en el Tech.

Un primer rastro de la presencia de un tipo de creatividad más agresiva puede detectarse en una pieza que Warhol y Pearlstein hicieron juntos en mayo de 1948 para la obra de teatro que presentó un estudiante del Tech en la «Noche de las Artes». Era «un enorme telón de fondo en estilo protopop que tenía [pintados] precios de chocolatinas y cucuruchos de helado de forma similar a un grafiti», según Pearlstein, y cuyo objeto era ubicar la escena en una esquina de Brooklyn. De ella solo ha llegado hasta nosotros una foto, en la que se ve que al menos parte del telón incluía también periódicos de verdad pegados y periódicos de trampantojo dibujados, un anticipo del posterior uso que Warhol haría de los diarios como tema y fuente de sus primeras pinturas pop.

Esa misma primavera de 1948, ambos amigos hicieron una incursión en la política avanzada. Los Kessler, tan activistas, junto con el enorme Russell Twiggs, consiguieron que Pearlstein y Warhol se unieran a los miles de habitantes de Pittsburgh que firmaron en apoyo de Henry Wallace, un *new dealer* de extrema izquierda que había anunciado su candidatura a la presidencia en la ciudad el noviembre anterior, momento en el que también apareció ante una multitud de seguidores en el Tech. Wallace tenía un cartel diseñado por el propio Ben Shahn, de quien uno de los estudiantes del Carnegie contaba que era aceptable como parte de la vanguardia precisamente gracias a su izquierdismo. Sus primeras obras empleando la nueva técnica de la serigrafía, que había adoptado antes que otros, lo vinculaban con un arte de mayor conciencia social. Quizá esta vinculación se mantuvo como parte del atractivo que la serigrafía tuvo para Warhol, doce años después. El *Pittsburgh Press*, entregado a la caza de rojos, acusó a Wallace de comunista, y el 7 de abril llegó a «destapar» a sus seguidores locales publicando los nombres de todos los firmantes a su candidatura: a los padres de Pearlstein no les hizo ninguna gracia ver el nombre de su hijo en el periódico.

A Warhol se le caracteriza a menudo como apolítico, pero eso no es cierto. Durante sus años universitarios, la preferencia por el arte moderno contaba en sí misma como postura izquierdista. Justo en el mismo momento en que Warhol empezaba a aceptarlo, todo el arte moderno que le gustaba estaba siendo objeto de escarnio y tildándose de complot comunista. Incluso Pittsburgh había sido siempre un hervidero político: el primer día de universidad de Warhol todos los

titulares hablaban de una huelga minera que estaba teniendo un seguimiento masivo y, desde su época de seguidor de Wallace en adelante, el artista brindó un apoyo discreto pero continuo al tipo de causas rotundamente de izquierdas que otros de sus héroes, como Shahn, también respaldaron. En 1972, Warhol diseñó un cartel para el demócrata George McGovern basado en algunos prototipos de Shahn, al igual que el que había hecho para Wallace en 1948. Gran parte de las mejores obras de Warhol se han entendido siempre como piezas de inclinación izquierdista, e incluso anticapitalista, y muchos de sus comentarios expresan ideas sin duda progresistas: «Se cree que en Estados Unidos hay viviendo en la calle entre trescientas mil y dos millones de personas. Este es un país enormemente rico. Y creo que cada mes veo más gente sin hogar en la calle. ¿Cómo permitimos que esta situación continúe?». Sus archivos están repletos de las notas de agradecimiento que recibió durante décadas de las organizaciones progresistas a las que dio su apoyo.

Las vacaciones de verano siempre habían sido fructíferas para Warhol: en 1946 hizo los dibujos como vendedor ambulante, el año siguiente estuvo en Horne y luego, en 1948, junto con Pearlstein y algunos otros amigos pudieron alquilar una cochera, The Barn, situada en unos terrenos de una antigua mansión propiedad de la universidad. La usaban como estudio, para practicar sus habilidades y producir piezas dignas de formar parte de su *portfolio* personal. Pearlstein decía que había perdido el tiempo «jugando con la abstracción». Warhol «practicaba sus movimientos de danza moderna», cosa que podemos ver en unas bonitas fotografías tomadas en The Barn y, en general, trabajaba en adoptar una personalidad visiblemente artística. «Entraba y salía un montón de gente: amigos. Teníamos una pequeña orquestita de cámara que llegó cuando nos trasladamos allí», contaba uno de los miembros de The Barn. Hablaba de aquel momento «realmente increíble» como del «periodo más influyente de toda nuestra vida […] aquel verano todos decidimos ser pintores».

Para cuando comenzaron de nuevo las clases, en otoño, parece que el grupo de The Barn había madurado notablemente. Warhol se fue de casa de su familia, al menos durante un tiempo y quizá con un compañero de clase, a Mawhinney Street, hoy demolida. Eso lo ubicaba entonces justo frente a los museos Carnegie, tal como eran por aquel tiempo, y dentro del museo de arte ampliado, tal como es hoy. Una idea deliciosa teniendo en cuenta que Warhol es en la actualidad, con mucho, el producto más importante de dicha institución. Tanto él como Pearlstein volvieron a la universidad como parte del 10 por ciento de los mejores estudiantes del Tech, y Warhol

inició su labor como editor de arte de una revista literaria estudiantil.

Cano, que así se llamaba la publicación, era pequeña y ambiciosa, sus artículos eran siempre sumamente existenciales y sus editores citaban a Ayn Rand. También era pretenciosa: su título significa «canto» en latín, de la primera frase de la *Eneida,* de Virgilio. Warhol utilizó su posición como miembro del equipo editorial para publicar por primera vez una de sus ilustraciones. Apareció en la portada de la edición de noviembre de 1948. Era una orquesta de cuerda formada por músicos de rosto redondo y bobalicón que hoy, entre los estudiosos de Warhol, se conocen como *sprites*. Parecen derivar del grupo de músicos de la *Orquesta de viento,* de Max Weber, que obtuvo un galardón en la exposición anual del Carnegie en el segundo año de universidad de Warhol y que salió reseñado en la prensa local. Pero el estilo de la obra de Weber quedaba transformado por la primera aparición clara de la técnica de la *blotted line* de nuestro artista.

La crudeza de la ilustración de la portada la dota de una radicalidad agresiva, gracias a la gran cantidad de ejemplos de arte popular que Warhol pudo ver en el Museo Carnegie y en las clases de Balcomb Greene. Pero también la vincula con el nuevo y caótico expresionismo abstracto que empezaba a despuntar entonces en Nueva York: en un par de años, el pintor Larry Rivers, que en ese momento era una estrella emergente, estaría dibujando figuras con manchas y salpicaduras, explícitamente inspiradas en las líneas abstractas de Jackson Pollock y enormemente similares a algunas de las imágenes que hizo Warhol para *Cano*. También se filtra una tendencia avanzada y moderna en la forma en la que nuestro artista repite quince veces prácticamente la misma figura y permite que la ilustración quede cortada por la página (llamémoslo serialidad fútil, con un toque de Paul Klee y hasta una pizca de John Cage). Esa portada de la orquesta contiene una primera idea de la repetición que se convertiría en el distintivo pop art de Warhol casi quince años después. En ese momento inicial, sin embargo, dibujó las cabezas bastante distintas unas de otras, a pesar de que con la técnica *blotted line* habría sido muy sencillo repetirlas. El de esta ilustración sigue siendo un enfoque de la variación muy clásico, más que los incesantes duplicados que aparecerían en su época pop.

El hecho de que en esa pieza para *Cano* Warhol no se mostrase excesivamente audaz, en comparación con otras obras que realizó en el Tech, puede significar una profunda ambivalencia en lo que respecta a poner el arte propio al servicio de los textos de otras personas como «mera» ilustración. Todos los P&D daban por sentado que se ganarían la vida realizando trabajos comerciales, pues el Tech afirmaba que su objetivo era «dotarlos de una base sólida para su carrera profesional en diseño pictórico, diseño industrial o educación

artística». Pero, según decía Betty Asche Douglas, siempre podían entregarse a las artes plásticas al volver a casa, por la noche. En el Tech, contaba, «ser ilustrador era casi como un insulto: "¡No me llames ilustrador!" significaba que no tenías nada que decir». El término «ilustración» había sido eliminado del nombre del departamento en 1933, y a finales de los años cuarenta, los mejores de los P&D consideraban que su profesor de Ilustración, el recién llegado Howard Worner, era «el hazmerreír» de la escuela. Este devolvió el cumplido, al menos en lo referente a Warhol, contando crueles historias sobre él a los pocos años de que se graduara.

Lo que está claro es que fuera cual fuera el grado de timidez con el que nuestro artista, el más pequeño de la clase, empezó en el Tech, la terminó sustituyendo por un aplomo sorprendente, e incluso arrogancia. Warhol «no era el mejor abordando y resolviendo los problemas dentro de los límites asignados en un trabajo», según la fórmula con la que Worner expresó diplomáticamente su descontento. «Si Warhol se hubiera dedicado a la sastrería y [uno] fuera a por un par de pantalones, habría salido con un abrigo precioso».

Roger Anliker, amigo especial de Warhol entre los profesores del Tech, contaba que «Andy hacía lo que le daba la real gana; se ganaba la aprobación por ser imposible». Esta iconoclastia fue fuente de tensiones entre él y uno de los profesores veteranos, Robert Lepper, que estuvo muy presente en los dos últimos cursos del programa de arte del Tech. Lepper decía que Warhol era «provocador y controvertido», y contaba que, cuando se conocieron, a comienzos del tercer curso, ya se había labrado una mala reputación: «Lo conocí siendo un chiquillo tímido que solía tener dificultades académicas […] Regularmente se proponía su "salida" de la institución porque no alcanzaba los "estándares"».

En las primeras entrevistas en las que habló del alumno más famoso del Tech, Lepper no recordaba haber tenido ningún «contacto directo con su mente», y Warhol le devolvió después el cumplido afirmando que apenas se acordaba de su profesor. Nuestro artista obtuvo «probablemente» un notable en su asignatura, recordaba vagamente Lepper, porque «probablemente» el trabajo a tiempo parcial que tenía en Horne le obligaba a faltar a clase. En realidad, Warhol obtuvo tres sobresalientes y solo un notable en los cuatro trimestres del curso.

A medida que la fama de nuestro artista crecía, los recuerdos de Lepper se fueron volviendo de algún modo más claros y variados. Inmediatamente después de la muerte de Warhol, llegó a decir: «Debería haber suspendido a ese cabrón» y «Si alguien me hubiera preguntado quién tenía menos probabilidades de éxito, habría dicho

que Andy Warhola. Menudo adivino soy». Pero solo unas semanas después enmendaba sus palabras diciendo cosas como «Andy pasará a la historia como miembro de la misma liga que Alexander Pope, William Hogarth, Toulouse-Lautrec y Goya, como un crítico social».

Cuando dio clase a Warhol, Lepper tenía poco más de cuarenta años, y era un antiguo alumno del Tech que llevaba en la escuela casi dos décadas. Fumador compulsivo, su tez tenía «el color de una mancha de tabaco» y lucía un bigote hirsuto y unas gruesas gafas que le daban aspecto de morsa, o al menos así aparece representado en una caricatura que Warhol dibujó de él. Como artista, se había especializado en temas de la era maquínica que mezclaban a Fernand Léger y algo de *art déco*, en una serie de pinturas y esculturas que no han envejecido bien.

Lepper «irradiaba entusiasmo» por el carácter moderno del estilo Bauhaus, según contaba uno de sus alumnos, pero se había graduado en la humilde ilustración. Ansioso, quizá, por consolidar sus credenciales intelectuales, había diseñado un complicado curso de cuatro semestres sobre diseño pictórico que era obligatorio en los últimos dos años del programa de arte del Tech. A pesar de su sencillo nombre, la nueva asignatura hacía hincapié en «el artista como participante social y colaborador», y estaba vertebrada en torno a textos avanzados tales como *El arte como experiencia*, de John Dewey, y *Patterns of Culture*, de Ruth Benedict. «Me interesaban las fuentes de la concepción, las ideas», dijo Lepper, lo que reflejaba la ambiciosa nueva pedagogía del «pensamiento crítico» que estaba poniendo en práctica el presidente del Tech, Robert E. Doherty, y que hasta el día de hoy desempeña un papel importante en la educación estadounidense.

El primer año de la asignatura consistía en una serie de cinco o seis astutos ejercicios pedagógicos, o «problemas» (el término favorito del presidente Doherty), que tenían el objetivo de proporcionar un entrenamiento básico para el ojo y la mente del joven artista, pero que estaban expresados de tal forma que a muchos estudiantes les superaban. «Andy no entendía nada de lo que Lepper decía; yo se lo traducía», contaba Pearlstein.

El segundo año, de orientación más práctica, estaba repleto de encargos comerciales y de ilustración ficticios que tenían que completar muy rápidamente, como ejercicio ante los futuros plazos de entrega de la profesión. La carga de trabajo era imponderable y Warhol se quedaba despierto la noche entera para cumplir con todo. Dado que los hijos de su hermano le distraían demasiado en Dawson Street, a menudo trabajaba en un estudio improvisado en el sótano de Pearlstein, una de las nuevas viviendas de estilo moderno de la ciudad, hecha de cemento vertido.

Lepper les planteó un problema sobre la representación de cabezas y manos, y Warhol lo abordó con tanta gracia que uno de sus compañeros le compró su trabajo por treinta dólares: era una imagen de una pareja distanciada en la cama con una carga erótica y neurótica tan audaz que uno de los profesores la calificó de «inmoral». Igual que la pintura que realizó para representar el suicidio en «El caso de Paul», el cuadro de la cama de Warhol consiguió dar un giro al encargo dado y sobrepasarlo, como hizo de forma fehaciente durante el resto de su vida artística.

Como parte del esfuerzo de Lepper para «culturizar» a sus alumnos, según él decía, durante el último curso hizo que la clase leyera e ilustrara una controvertida nueva novela, *Todos los hombres del rey*, que sigue el ascenso y caída del demagogo sureño Huey Long y que acababa de granjearle el Premio Pulitzer a Robert Penn Warren, a quien Warhol fotografiaría años después, cuando empezaba cosechar cierto éxito con el pop art y podía deleitarse con la atención de aquel gigante que leyera en la universidad. Los vibrantes dibujos que nuestro artista hizo para Lepper, inspirados en la obra de Shahn, reflejan la angustia y lo agresivo de la historia, así como algo de su *pathos*. En uno de ellos, se ve a una multitud cautivada ante la arenga de un orador. En otro, las manos y los sombreros se vuelven tan expresivos como los ojos y los labios. Los dibujos eran tan buenos que se expusieron en los pasillos de la escuela y fueron conservados como ejemplo del buen trabajo de los alumnos. Si se observan con atención, también revelan que Warhol estaba usando fotografías de las noticias como modelo para sus figuras, algo que tanto en el Tech como en gran parte del mundo artístico aún se consideraba escandaloso. No es de extrañar que Balcomb Greene mantuviera en secreto que él mismo empleaba fotografías, a pesar de que, o precisamente por ese mismo motivo, había declarado que este arte «no tenía parangón en la eficacia social de su historia y […] sus cualidades documentales vuelven insignificante el esfuerzo de cualquier pintor del realismo social». Las fuentes fotográficas eran controvertidas incluso en la obra de Ben Shahn, y los dibujos del propio Warhol basados (de forma encubierta) en fotografías se encaminaban hacia el pop basado (polémicamente) en fotografías que después sería su sello.

Las lecciones de Lepper anunciaban también otras facetas del futuro de Warhol. Un elemento central de su asignatura era el llamado Proyecto Oakland, «El estudio de un organismo social», en el que se pedía a los alumnos que salieran a los alrededores de la universidad y profundizaran en sus significaciones y estructuras sociales. La idea era que el arte debe trazar una intersección con el mundo cotidiano que lo rodea, con el «flujo social», en expresión de Lepper, noción que estuvo después en el centro de todo lo que Warhol hizo una vez que se

adentró en el pop art. Si bien los detalles de las enseñanzas de su profesor no fueron, estrictamente hablando, necesarios para el desarrollo posterior de nuestro artista (pues también operaron otras influencias), sí que desempeñaron un papel en su preparación. Lepper merece el crédito de que Warhol concibiera el arte como una serie de «problemas» necesitados de solución, empleando aquellas herramientas, técnicas e imágenes que encontrara a mano.

La cima creativa de los años universitarios de Warhol —aparte del cuadro perdido de la nieve llena de sangre— parece coincidir con la época de sus trabajos con Lepper, pero no ser a causa de ellos. A partir del verano de 1948, en The Barn, Warhol había empezado a hacer algunas obras «personales» que incluyen lo que puede denominarse su serie *Hurgarse la nariz*: en ellas se representa dicha acción en toda una serie de formas, desde el primer plano nasal hasta un plano general de la figura. Uno de los profesores del Tech recuerda a Warhol pegando clínex sobre uno de los cuadros. La serie es gamberra y divertida, y también bastante extrema, incluso para una mirada del siglo XXI; en su momento debió de parecer tremendamente agresiva. Pero para entonces todo el Departamento de Arte sabía que aquel se estaba convirtiendo en el *modus operandi* de Warhol: «Iba a ser él mismo, ante todo. Podías reírte, podías llorar, podías maldecirlo…, podías hacer lo que fuera, y él podría simplemente ignorarte por completo si quería».

Al final de su vida, y en su tradición de contar embustes, Paul Warhola liquidó el sucio tema de aquellas pinturas explicando que sus hijos estaban entregados a una constante actividad de exploración nasal, y afirmando que las imágenes de Warhol tenían el objeto de ser preventivas, para que sus hijos «se dieran cuenta del aspecto que tenían». Pero esto no explica la más audaz de las obras de la serie: una pintura que empezó siendo la imagen de un niño normal con pantalones cortos y pronto quedó transformada en el plano frontal de un joven con un mechón de cabello rubio y el vello pectoral de un adulto, completamente desnudo salvo por las merceditas de niña que lleva puestas. No hay forma de que alguien que conociera a Warhol pudiera interpretar el cuadro como otra cosa que el desvergonzado autorretrato de un homosexual impenitente; el meñique tieso que se mete por la nariz es un trasunto de un dedo corazón que se alza en señal de desafío.

La serie muestra el bello y muy warholiano recurso de combinar un tema manifiestamente figurativo con una superficie arañada y maltratada, recurso que contenía toda la radicalidad de una técnica expresionista abstracta actualizada. En teoría, para al menos una de las obras de la serie, Warhol eligió el título de *La tipa me dio la cara,*

pero yo puedo hurgarme mi propia nariz. Versión gamberra de un dicho trivial como «El Señor me dio mi destino, pero yo puedo elegir mi propio camino».

La obra resultó intolerable para el mundo artístico de Pittsburgh, aunque probablemente fuera gratificante para Warhol y su grupo. Según se cuenta, en febrero de 1949, una de las pinturas de la serie —que suele identificarse como la del retrato en primer plano del niño que se hurga la nariz y que tiene un orificio nasal enormemente dado de sí— causó mucha conmoción y fue rechazada en la exposición anual de Artistas Asociados de Pittsburgh, que acababa de nombrar Hombre del Año a Balcomb Greene.

Cuenta la leyenda que, en aquella exposición de 1949, se produjo un feroz debate entre los miembros del jurado integrado por personalidades, entre ellas el expresionista alemán George Grosz y el constructivista ruso Alexander Archipenko, pero también Joe Jones, autodidacta del regionalismo norteamericano y comunista. Según se cuenta, Grosz se enfrentó directamente con Jones para que el cuadro de la serie *Hurgarse la nariz* se incluyera en la exposición, pero perdió la batalla y tuvo que conformarse con incluir un Warhol mucho más manso.

Parece que el artista recibió una especie de premio de consolación: la pintura de la ofensa fue incluida, seis meses después, en una exposición del trabajo de los estudiantes del Tech con motivo de su graduación y que el amigo de Warhol, Leonard Kessler, había ayudado a organizar en el Pittsburgh Arts and Crafts Center. Uno de sus compañeros de clase cuenta que «los curiosos acudieron al centro en bandada, muchos para ver sobre todo la pintura previamente censurada de Warhol», pero, entre las pilas de documentos de la época, en ninguno se menciona siquiera ni la propia obra ni el alboroto que provocó.

Independientemente del escándalo que suscitara su obra del último curso, y a pesar de los rumores que afirman que le faltaban los créditos obligatorios de Educación Física de los primeros dos cursos —aunque, en realidad, sus notas demuestran que aprobó los cuatro semestres—, Warhol fue considerado apto para graduarse. En el anuario de la universidad no aparece su fotografía con las de los demás alumnos, por lo que es posible que su destino aún estuviera en duda cuando se maquetó el anuario. Pero, el 16 de junio de 1949, Warhol fue uno de los cuarenta y siete P&D que recogieron su título en los vastos espacios orientalistas de la llamada mezquita de Siria de Oakland, como miembro de la mayor promoción de graduados salida del Tech hasta entonces.

¿Y después? Según John Warhola, su hermano pequeño se presentó primero a una plaza de profesor de Arte en el Medio Oeste. Su *portfolio*

no fue bien recibido, lo cual «le sentó muy mal y fue entonces cuando dijo: "Bueno, pues me voy a Nueva York"».

Warhol ya había estado en esa ciudad una o dos veces al año cuando estudiaba en el Tech. Llegaba en un autobús nocturno o en tren, con Pearlstein y otros amigos que iban haciendo fotografías —que nos han llegado hasta hoy— por los museos de la ciudad. Warhol incluso contaba a sus amigos una improbable historia acerca de que en uno de aquellos viajes había jugado al ajedrez con Marcel Duchamp. Sucediera o no en realidad, lo importante de la cuestión es que se trataba de una historia que para él era digna de contar en un contexto en el que la mayor parte de los estudiantes de arte no habrían considerado a Duchamp ni mucho menos un héroe.

Warhol también conocería toda otra serie de relatos sobre Nueva York, tanto inspiradores como admonitorios, que con toda probabilidad desatarían sus fuertes sentimientos hacia la metrópolis. A finales de 1947, Gladys Schmitt, la profesora inglesa del Tech que impartía la aterradora asignatura de Pensamiento y expresión, la que casi había hundido a Warhol cuando era un estudiante novel, publicó una novela que trataba sobre «una persona creativa» que se traslada a Nueva York y se enfrenta a «los peligros de la perfección», en expresión de una entusiasta reseña que apareció en el periódico local. Warhol consiguió que Schmitt le firmara un ejemplar, y guardó el volumen durante el resto de su vida. La joven protagonista de la novela es una neurótica famélica, empobrecida, extremadamente pálida y sensible que se pasea como un fantasma por la biblioteca y el Museo de Arte Carnegie, así como por Schenley Park, y está en total conflicto con la vida cotidiana de Pittsburgh. «Me gustaría ser famosa […] Para que todo el mundo me quiera», dice el personaje. Entonces se matricula en el Tech, donde consigue grandes éxitos que la terminan llevando al estrellato en Manhattan. El paralelismo con la vida y la actitud de Warhol es asombroso, y él mismo debió de haberlo visto así, aunque el personaje en cuestión fuera una mujer y su vocación la dramaturgia, y no el arte plástico.

Además, estaba también este prometedor pasaje de la novela de Gore Vidal sobre la vida gay, escrito en 1948:

> Parecía que los homosexuales de todo el país habían llegado a Nueva York como centro social, una nueva Sodoma; porque aquí, entre los millones, podrían pasar inadvertidos para el enemigo y, sin embargo, conocerse entre sí […] Los miles en Nueva York eran fuertes y valientes, o bien afeminados y marcados, personas que no tenían nada que perder al ser libres y razonablemente abiertos en su comportamiento.

El último viaje de nuestro artista, el decisivo, fue durante las vacaciones de Semana Santa de 1949, cuando visitó Nueva York con

unos cuantos de su pandilla. Su viejo amigo George Klauber había invitado a Pearlstein y a Warhol a quedarse en su apartamento en Brooklyn, los tres en la misma cama, lo que nos deja la deliciosa imagen del heterosexual y puritano de Pearlstein emparedado entre sus dos amigos gais de nuevo cuño.

Klauber también invitó a sus dos amigos a usar los contactos del Rolodex de su jefe, Will Burtin, el puntero director de arte de la revista *Fortune* y presidente del mismo Club de Directores Artísticos que unos años más tarde premiaría a Warhol. Según contaba Pearlstein, Klauber los ayudó a mostrar sus *portfolios* a los directores de arte de la ciudad, y Warhol aseguró que había conseguido sacarle la promesa de futuros encargos a Tina Fredericks, directora de arte de *Glamour*, quien, de hecho, le pidió varias piezas el otoño siguiente.

Nuestro artista visitó el MoMA, donde vio «The Exact Instant», una pionera exposición de fotoperiodismo que anticipa su posterior empleo y producción de fotografías de noticias. A corto plazo, sin embargo, podría haber sacado más provecho de otra exposición del MoMA organizada por el mismo Will Burtin y que presentaba, según una entusiasta reseña de *The New York Times*, las «más avanzadas tendencias» en arte publicitario. La reseña elogiaba unos anuncios e ilustraciones que eran «mejores que muchas piezas que se consideran pretenciosamente bellas artes». Subrayaba la sólida influencia de la élite de la vanguardia —Piet Mondrian, Hans Arp, Joan Miró y Paul Klee— en el trabajo de figuras célebres de la publicidad como Paul Rand, William Golden y Ben Shahn, cuya famosa y muy warholiana imagen de una «orquesta» para la CBS había ocupado casi una página entera de *The New York Times*. Es difícil imaginar una exposición, ni una reseña, más adecuadas para alimentar las esperanzas y ambiciones de Warhol, o que fuera un cebo más suculento para espolear su traslado a Nueva York.

Ni a Julia Warhola ni a sus hijos mayores les entusiasmaba la idea de perder a su inocente Andy a manos de la feroz gran ciudad. Su madre le contaba como advertencia la historia de un tal Bogdansky conocido suyo, un artista rusino que había intentado hacer el mismo movimiento y terminó muriendo en la pobreza. «Andy le dijo: "Me voy a Nueva York" —contaba su hermano Paul—. Y ella respondió: "No vas a Nueva York. Consigues un empleo aquí, trabajando. No te dejo ir. Eres demasiado joven para irte a Nueva York"».

Se requirió cierta persuasión por parte de Pearlstein para superar las dudas de la familia: «Conocían a mi padre, quien, al igual que ellos, se ganaba la vida como vendedor ambulante […] Así que los hermanos de Andy y yo nos reunimos, y decidieron que, puesto que yo era varios años mayor, y además veterano del ejército, podría cuidar de él, pero solo lo dejaban ir con la condición de que viviéramos juntos».

Balcomb Greene, que estaba a favor del proyecto, instaló a los chavales por tres meses en un piso subarrendado en el Lower East Side de Nueva York, en casa de uno de sus compañeros cofundadores del grupo Artistas Abstractos Norteamericanos, que estaba fuera disfrutando de una beca con su mujer artista.

La pareja metió sus escasas pertenencias en bolsas de papel —una idea absurda y económica de Pearlstein—, y salió corriendo hacia la enorme estación de autobuses *art déco* de Pittsburgh, un milagro de la optimización moderna de recursos, donde cogieron el autobús nocturno hacia Nueva York.

Como neoyorquino.

5
1949

PRIMEROS TANTEOS Y CONTRATOS EN NUEVA YORK | REVISTAS DE MODA, CARÁTULAS DE DISCOS, CUBIERTAS DE LIBROS

«A las pocas semanas de llegar a Nueva York, ya no necesitaba en absoluto que nadie cuidara de él, se las arreglaba por su cuenta».

«JACKSON POLLOCK: ¿Es el mejor pintor vivo de Estados Unidos?». El día que Andy Warhol cumplió veintiún años, el 6 de agosto de 1949, apareció este titular a bombo y platillo en el último número de la revista *Life*. El artículo, en color nada menos, era una semblanza de Pollock que lo retrata como un cateto (de Cody, Wyoming), formado en un realismo gastado y que, aun con todo, había logrado abrirse camino en el mundo del arte en Nueva York. Pollock vendía sus obras de abstracción radical por miles de dólares y había alcanzado lo más alto de la fama en Estados Unidos: que la revista *Life* le hiciera una semblanza. Nuestro nuevo neoyorquino, recién llegado a la mayoría de edad, no podría haber recibido una felicitación de cumpleaños más auspiciosa. Décadas después, Warhol participó en una serie documental sobre iconos estadounidenses e insistió rotundamente en que se incluyera a Pollock.

En el ámbito del arte comercial, *Life* podría haber dado a Warhol los mismos motivos para ver su futuro con optimismo, aunque solo fuera porque los anuncios que la revista incluía estaban manifiestamente por debajo de los estándares del Tech. Página tras página, lo que ofrecía su publicidad eran unas ilustraciones realistas que resultaban hasta cómicas de lo malas que eran o unas fotos de estudio de lo más banales. Warhol no podía contemplarlas ni como inspiración ni como competencia; hasta en aquella época debieron de haberle parecido algo kitsch y gracioso. Hay un anuncio muy cursi, a toda página, de sopa Campbell's —¡FRESCO ! ¡REFRESCANTE! DELICIOSO : EL CONSOMÉ CAMPBELL… *SERVIDO EN GELATINA*— en el que su ya icónica lata aparece repetida tres veces. A Warhol debió de quedársele en la cabeza como material para sus primeras versiones pop de anuncios similares, no necesariamente con admiración, como han afirmado muchos críticos, sino más con asombro ante la anticuada mediocridad

del marketing de posguerra, en un momento en el que se suponía que el diseño moderno ya dominaba el campo. En su mejor expresión, la obra de Warhol mantenía siempre el equilibrio entre la sátira y lo reverente, independientemente de que el tema de la obra fueran unas latas de sopa o una persona famosa.

Cuando nuestro artista leyó la semblanza de Pollock en *Life* vivía subarrendado en casa de un reconocido pintor, testimonio de que no todos los artistas serios terminaban siendo unos Bogdansky muertos de hambre, aunque no llegaran a ser estrellas como Pollock. El apartamento estaba en un sexto piso sin ascensor en la calle Saint Mark's Place del Lower East Side, justo en la esquina con la avenida A y delante del frondoso Tompkins Square Park. Aunque la vivienda no reflejara exactamente el éxito económico de Pollock, sí guardaba el prestigio cultural de la típica buhardilla de artista, orientada al sur e inundada de luz por encontrarse en un sexto piso. El edificio, en el número 121, era (y sigue siendo) una ornamentada estructura de ladrillo rojizo de 1907 con elaborados detalles labrados en piedra, construida en su tiempo para alojar a la clase trabajadora de una floreciente Nueva York. El interior, sin embargo, no era más que «un cuchitril sin un solo retoque», en palabras de Pearlstein: tres habitaciones con las paredes de un blanco sucio y descolorido y con bombillas desnudas en el techo. En el estilo típico de Nueva York, tenía un único espacio con suelo de linóleo que hacía las veces de cocina, sala de estar y, en este caso, estudio artístico. La mesa era una bañera con patas cubierta con una superficie esmaltada.

El apartamento tenía algunos toques aburguesados, al menos para los estándares de aquella época y lugar. Había una nevera eléctrica en vez de una alacena fresquera, un inodoro que estaba instalado dentro de un armario para ahorrarse el camino hasta el baño comunitario del pasillo y, según contaba Pearlstein, «un teléfono de tipo candelabro que realmente funcionaba y al que le dábamos mucho uso». Ese aparato marca el inicio de la adicción al teléfono de Warhol. A principios de la década de 1950, mucho antes de que inventara el distante personaje «plastificado» de los años de la Factory, nuestro artista era ya casi igual de reservado en público: «Tímido, muy tímido», según uno de sus amigos de aquella época. Sin embargo, esta reticencia se manifestaba solo en persona. «Si lo llamabas por teléfono, hablaba durante un montón de tiempo. Pero parecía que necesitaba tener siempre ese algo intermedio, esa distancia». En su familia ni siquiera hubo teléfono hasta que Warhol tuvo quince años, quizá aquella privación le diera un peso emocional especial al dispositivo. Durante aquellos primeros años en Nueva York, Warhol estableció la costumbre que mantendría toda su vida de llamar a sus amigos para preguntarles por los detalles escabrosos de su vida sexual.

Una década después, hizo del teléfono el tema de una de sus primeras pinturas de pop art. En esa ocasión, eligió un modelo antiguo de tipo candelabro como el que tenían en el apartamento de Saint Mark's Place, cuando uno más moderno quizá habría tenido más sentido artístico. Tal como ha argumentado la académica Reva Wolf, la obra de Warhol encierra a menudo un subtexto más personal que el que los críticos suelen creer.

Otro de los enseres destacados de aquel apartamento, y de los siguientes en los que vivió Warhol, era una horda de cucarachas que salían por las noches, se metían en cualquier recipiente que estuviera abierto e incluso se comían los útiles de arte. Tanto Pearlstein como Warhol cuentan una historia terrorífica (a veces exactamente igual) en la que al abrir su *portfolio* para enseñarlo en una entrevista salió de entre sus páginas uno de estos insectos. Warhol acabó denominando aquellos años como «Época cucaracha», que suena quizá más vivaz que las épocas meramente azul o rosa del joven Picasso. Las cucarachas tenían a los piojos como compañeros, y Paul Warhola y sus hijos los cogieron una vez que fueron a visitar a Warhol.

Saint Mark's Place era un «islote» de la bohemia del Greenwich Village en un mar de inmigrantes, según *The New York Times*. Entre los bohemios recién llegados a aquella calle se encontraba Larry Rivers, otro artista en ciernes que pronto se hizo amigo íntimo de Warhol y que fue su correligionario del pop art. En cuanto a los inmigrantes, nuestro artista llegaría a sentirse especialmente en casa entre los de ascendencia mixta, medio estadounidenses medio de otra parte. Tras la Segunda Guerra Mundial, una marea de gente de la zona en torno a la tierra de los Warhola huyó de Stalin y llegó al barrio, que empezó a conocerse como la Pequeña Ucrania y que estaba lleno de otros bizantinos como Warhol. La zona no alcanzó su reputación artística como East Village —o, como se denominaba en un principio, Village East—, hasta que se demolió el tren elevado de la Tercera Avenida, en 1956.

Pearlstein contaba que en su exploración inicial del barrio, el primer día descubrió la existencia de Rappaport's y Ratner's, las dos tiendas de alimentación judías que George Klauber les había recomendado. «Ese verano comimos allí habitualmente, sobre todo porque ofrecían panecillos y rebanadas de pan gratis, que devorábamos mientras leíamos el menú. Al final terminábamos pidiendo una “sopa de frutas” como plato principal, y a veces tarta de manzana de postre. Los camareros eran hombres mayores, amables, y no protestaban nunca». Aunque Warhol había llegado a Nueva York con doscientos dólares (ciento cincuenta de ellos donados por su hermano), el dinero claramente escaseaba. De inmediato, se dispuso a arreglar la situación.

Una vez pertrechados con la lista de directores de arte de Klauber,

los dos compañeros de piso acordaron que Warhol sería el primero en hacer sus presentaciones. Pearlstein, que asumía que tenía un *portfolio* menos «vendible», esperaría diez días antes de llamar a la puerta de la misma persona. A finales de junio, cuando llegaron a Nueva York, la ciudad estaba sufriendo una ola de calor y en agosto se alcanzaron máximas de casi treinta y ocho grados. En medio de todo aquello, Warhol salía a buscar trabajo con su «traje de ensueño», de pana, para entonces ya desaliñado, dado de sí y arrugado, que llevaba con una sempiterna pajarita y unas enormes gafas redondas que le daban un aire vagamente literario. «Cuando Andy me explicó cómo había sido su primera cita, me contó que le había pedido un vaso de agua a la recepcionista porque estaba a punto de desmayarse —recordaba Pearlstein—. Todo el personal se volcó en ayudarlo y hacer que se sintiera cómodo. Se preguntaba si podría volver a usar ese numerito».

Después de unos días recibiendo únicamente respuestas tibias a su trabajo, Warhol se dirigió a la gran sede del imperio editorial Condé Nast, en el edificio Graybar, un rascacielos en otro tiempo catalogado como el mayor complejo de oficinas del mundo. El lugar no podía ser más neoyorquino: situado en diagonal respecto al edificio Chrysler, se cernía sobre la estación Grand Central, la cual Warhol recordaría más tarde como el punto principal de su vida en aquel momento. Cuando subía a las oficinas de *Glamour*, en el decimonoveno piso, la primera persona con la que se encontró fue con Margaret Zegart, Kett, quien, con veintidós años, era asistente de la editora de arte de la revista y hacía de primera línea defensiva contra las hordas de creativos aspirantes a conseguir un encargo que se dejaban caer por allí. Más de seis décadas después, Zegart guardaba aún un recuerdo imborrable de «André Warhola» como el clásico «artista andrajoso e impaciente», pero también como un *showman* necesitado de atención. A principios de la década de 1950, cuando un amigo le avisó de que tenía los zapatos manchados de tinta, Warhol replicó con orgullo que también tenía cortes en el traje. Le explicó que se hacía aquel estropicio con cuchillas solo para que los clientes le preguntaran qué le había sucedido: estaba llevando aquel truco primigenio del vaso de agua al siguiente nivel.

Zegart y Warhol se sentaron a una larga mesa de vidrio sobre la que este extendió las mejores piezas del trabajo que había hecho en el Tech. A ella le parecieron «muy potentes, muy personales, con una factura muy clara y competente». Pero también creyó que no eran en absoluto adecuadas para los encargos de ilustración de moda que Warhol decía estar buscando. Sin embargo, antes de mandar al joven de vuelta a la calle, Zegart fotocopió lo mejor de su trabajo para enseñárselo a su jefa, señal de que creía en su talento.

«Los trazos hechos con tinta eran electrizantes. Fragmentados,

quebrados e intrigantes, te atrapaban con su espontaneidad e intensidad», recordaba la jefa de Zegart, la directora de arte Tina Fredericks, que en el momento en que recibió a Warhol tenía veintisiete años y estaba embarazada de cinco meses. *Glamour* había empezado cubriendo las noticias de Hollywood —es posible que nuestro artista ya conociera la revista en ese sentido cuando era un niño fascinado por los actores famosos—, pero en la época de Fredericks, su eslogan proclamaba que era la revista «para las chicas que trabajan», una criatura nueva nacida cuando las dificultades de la guerra abrieron el mundo laboral a las mujeres estadounidenses. La revista la compraban unas seiscientas mil de ellas.

Warhol apareció en aquella primera reunión con su aspecto de Andy el Andrajoso, «todo monocolor: pantalones chinos de color pálido, cabello fino y pálido, ojos pálidos, una extraña mancha beis de nacimiento en un lado de la cara». Fredericks se acordaba en especial de su voz susurrante, «leve, nada enfática, musitada, tapada con una sonrisa». El gran *portfolio* negro que le presentó no estaba demasiado lleno; había algunas flores, una versión de la portada de la orquesta para *Cano* ampliada y en color (firmada «André Warhola») y algunos estudios de desnudos.

A Fredericks no le convencía el hecho de que «lo que solía dibujar Warhol, básicamente, no era lo que estaba de moda, ni era femenino ni bonito», y que a sus lectoras «ese tipo de arte en particular no iba a entusiasmarlas excesivamente», pero seguía viendo en él un talento obvio. (O, al menos, así es como lo recordaba cuatro décadas después, sobreestimando quizá su entusiasmo inicial a la luz del éxito posterior de Warhol). Decidió darle una oportunidad haciéndole algún encargo. «¿Podrías dibujar algo que sea más práctico, más comercial?», recordaba haberle pedido. «Puedo dibujar lo que sea», respondió él, con la arrogancia que su timidez superficial nunca terminaba de ocultar del todo. Lo que Fredericks decidió darle para la prueba fueron, de forma profética, unos zapatos. Fue una elección casi azarosa, pero que en pocos años otorgó a Warhol la reputación de ser la persona a la que debías acudir si necesitabas ilustraciones de calzado. Pidieron seis modelos a la nueva «editora de zapatos» de *Glamour* —la famosa Geraldine Stutz, quien, unos años más tarde, llegó a ser una clienta importante de Warhol como empleada del fabricante de calzado I. Miller—, y nuestro artista, de la noche a la mañana, le dio un giro total al encargo.

«Fue rápido», contaba Fredericks. También lo hizo todo mal, como quedó bien claro a la mañana siguiente, cuando volvió con una serie de dibujos embutidos en una bolsa marrón, el nuevo «*portfolio*» que sería su seña de identidad y que hizo que finalmente acabara firmando como Andy Paperbag. De ella sacó un montón de bellos dibujos,

«zapatos que mostraban las deformaciones, grietas y arrugas de la verdadera personalidad, llenos de carácter», justo lo que, de hecho, se le había pedido en uno de los trabajos del Tech.

Pero aquello era también, tal como le dijo Fredericks, justo lo que nadie quería ver en una imagen pensada para promocionar un producto: «Tienes que ver cada una de las puntadas, tienes que sentir el deseo de usarlos de verdad, o ser capaz de imaginarte cómo son […] tienen que parecer recién llegados a los estantes de Bonwit's», le explicó. No podía prever que Warhol haría su fortuna como ilustrador precisamente rompiendo todas y cada una de esas reglas.

Fredericks le dio una segunda oportunidad y él cargó de nuevo con los zapatos hasta el apartamento, donde el meticuloso Pearlstein le enseñó a representar los detalles y la perspectiva. Warhol trabajó toda la noche traduciendo aquellos dibujos a su estilo de finas manchas de tinta.

«Volvió a la mañana siguiente con unas imágenes impecables», contaba Fredericks, quien las empleó en la primera de las ocho páginas que encargó entonces a Warhol, en un encarte especial de lujo que incluía artículos sobre los retos que se plantean en la carrera de una joven. Cada uno de ellos estaría ilustrado con la imagen de una «escalera hacia el éxito» y una chica mona subiendo por ella. Puesto que aquellas siete páginas posteriores no incluían productos, dejaban a Warhol espacio para poner todo el «carácter» que quisiera en la idea original de Fredericks. Él desplegó su mejor estilo *underground* en una serie de imágenes que no tienen nada que ver con los primeros pasos profesionales de un estudiante de arte; y ella le tuvo el suficiente respeto para enviarle las pruebas de sus páginas, que nuestro artista guardó hasta el día de su muerte. Warhol enganchó «el tipo de encargo importante que la gente de Nueva York llevaba años dejándose la piel para conseguir», contaba Pearlstein.

«El éxito es un trabajo en Nueva York» es el famoso titular del primero de los artículos de *Glamour*, y se ha entendido siempre como una proclamación de la visión que tenía entonces el propio Warhol como recién llegado, no obstante él no escribiera ni una palabra del texto. (Aunque por fuerza tuvo que sonreírse ante la primera frase del artículo: «¡Éxito! Qué palabra tan encantadora… suena alegre y triunfante»,[3] justo lo que Warhol anhelaba ser).

Algunos de los títulos del resto de los artículos seguramente también tuvieron eco en él. «El éxito es un buen comienzo», decía uno (él acababa de tenerlo), y otro, a doble página: «El éxito son los hombres que te aman», idea que su nueva ciudad le permitió comprobar. En su primer encargo se había pedido a Warhol que se pusiera en la piel del sexo opuesto, lo que dio inicio a una constante de transgresión de género que quedó entretejida con su arte y su vida, al menos una vez

estuvo instalado en la cultura gay de Nueva York.

Eso no ocurrió inmediatamente. Aquel verano, los dos compañeros de piso tuvieron una «vida social bastante agitada», sobre todo en compañía de un grupo de amigos y colegas de clase de Pittsburgh que estaban en la ciudad.

Entre los planes que hacían estaba ir a las playas de los alrededores de Nueva York. Hay unas fotografías preciosas de aquellos cálidos días junto al mar en las que se ve a las chicas en pantalones cortos y blusas de cuello halter, a los chicos en bañador, y a Warhol… en pantalones largos y cuello alto. Con su piel blanca como el papel, podría haber dicho aquella frase de Woody Allen: «Yo no me pongo moreno, antes muero de insolación». Un amigo recuerda que más tarde, en la década de 1950, Warhol «solía llevar a menudo jerséis gruesos, bufanda y cuello alto, incluso en verano», lo que recuerda a Glenn Gould y a otros genios con un ramalazo excéntrico.

Pearlstein cuenta que un amigo que pertenecía al Departamento de Teatro del Tech fue clave en aquel momento. Les recomendó las nuevas obras de teatro que había que ver en Nueva York y les contó cómo conseguir entradas de pie por un dólar y medio. Así vieron *Muerte de un viajante* y *Kiss Me, Kate* (que seguían siendo grandes éxitos de cartel cuando llegaron), y *Frankie y la boda* (que se estrenó el enero siguiente). Pearlstein ha hablado también de que acudieron varias veces a la Metropolitan Opera, así como al ballet para ver *El pájaro de fuego*, de Stravinsky, una coreografía clásica de George Balanchine con escenografía de Marc Chagall que fue un enorme éxito en la primera temporada del New York City Ballet. Parece que el contacto de Warhol con las bellas artes durante su primera época en la gran ciudad tuvo tanto que ver con el teatro y la danza como con la pintura y la escultura. Uno de los primeros novios que tuvo en Manhattan cuenta que el teatro era la verdadera pasión de Warhol a principios de la década de 1950, y que casi todas las noches iba a ver alguna obra, para la que compraba las entradas «impulsivamente, aunque eso supusiera adquirir las butacas más caras». Warhol no perdió nunca el gusto por las artes escénicas. Más de una vez hizo incursiones en el mundo del diseño y la producción teatral, y guardó sus entradas y los programas de obras de teatro de toda clase, desde las más radicales y experimentales hasta las de Tennessee Williams —una obsesión de Warhol—, pasando también por Stephen Sondheim, *A Chorus Line* y *Cats*. Sus archivos están a su vez repletos de recibos de sus abonos para la ópera y el ballet. La danza, en particular, era la nueva moda en la Nueva York de la década de 1950, y especialmente entre los círculos homosexuales: «Entre el 80 y el 90 por ciento del colectivo gay» fue a ver lo último de Balanchine en el New York City Ballet, cuenta uno de sus bailarines. Un joven que justo por aquella

época empezaba a descubrir su amor por otros hombres, habló de una de las actuaciones de Balanchine en estos términos: «La combinación de lo estético y lo erótico me abrumó de tal manera que en treinta segundos me convertí en un devoto balletómano de por vida». Unos treinta y cinco años después, semanas antes de morir, Warhol seguía hablando apreciativamente de los bailarines del ballet de Balanchine que había visto en la década de 1950, y recordaba el nombre de cada uno de ellos.

Una de las primas de Pittsburgh de Warhol contó una vez que este la había llevado a una especie de ballet «muy extraño» en el Greenwich Village. A ella le pareció aburridísimo, pero a él lo dejó «en trance por completo, estuvo todo el tiempo sentado en el borde de la butaca, literalmente […] Andy estaba en éxtasis: "¡Qué maravilla! ¿No son bellísimos los bailarines?"».

«A las pocas semanas de llegar a Nueva York, ya no necesitaba en absoluto que nadie cuidara de él, se las arreglaba por su cuenta», recuerda Pearlstein, que realmente no acabó desempeñando nunca el papel de hermano mayor que le habían asignado los Warhola. Una vez que nuestro artista obtuvo el primer encargo de *Glamour*, su flujo de trabajo «ya no se detuvo», cuenta Pearlstein. El tiempo que requerían los plazos de ejecución de la revista era largo —podía alcanzar fácilmente los noventa días—, así que las ilustraciones que los lectores llegaron a ver aquel otoño de «Andylocura», habrían sido, en realidad, encargadas y realizadas más bien al inicio de un verano que Warhol dedicó a patearse las calles durante el día haciendo llamadas a puerta fría y a pasarse noches enteras en su mesa de trabajo.

Con su habitual buena suerte, Warhol había aparecido en Nueva York en un momento inéditamente auspicioso para los profesionales del arte comercial. El legendario publicista John P. Cunningham escribió justo por aquella época que una industria que hasta entonces se dedicaba a crear textos más o menos ingeniosos se estaba dando cuenta, por fin, de que, «expresadas de forma artística, las ideas pueden conseguir mucho más y llegar a más personas». La mayor parte de los profesionales del arte comercial, aseguraba, seguían vendiendo clichés (viejecitas sentadas en mecedoras, amantes enlazados en apasionados abrazos), «apenas una ilustración de lo que ya dice claramente el titular». Aquello daba paso a una necesidad desesperada de un nuevo tipo de ilustradores cuyas imágenes pudieran tanto llenar una página como vender un producto por méritos propios.

Y ahí entró Andy Warhol.

Robert M. Jones, un conocido ilustrador que por aquel entonces era director de arte en Columbia Records, rememoraba la mañana en la

que un compañero diseñador lo había llamado para hablarle de un nuevo «talento superrompedor» que sin duda iba a interesarle para las carátulas de sus discos. Aquella misma tarde, Warhol ya había hecho el viaje de dos horas hasta las oficinas de Columbia, que estaban en Bridgeport, Connecticut. Era «tímido, vergonzoso, cosa que resultaba increíble comparada con su imagen popular. Le di tres huequecillos para que hiciera algo en las esquinas de nuestros álbumes estándar. Necesitaba dinero —contaba—. Dos días después volvió con una pila entera de dibujos, como si nada, para que eligiéramos los tres que necesitábamos». Jones contó que Warhol ofrecía más versiones diferentes de cada encargo que ninguno de sus rivales. «Lo que recibías siempre acababa siendo muy Andy, aunque ese era el motivo por el que lo llamabas en primer lugar. Aun así, te ofrecía alternativas, podías juzgarlas desde el punto de vista comercial, o popular, olvidarte de lo artístico o de la personalidad y valorar el resto de factores influyentes…, lo que más cuenta en la carátula de un disco». (Warhol ya había hecho prácticas en este campo en el Tech, donde los alumnos tenían que diseñar carátulas de discos). Por todo aquel servicio, nuestro artista consiguió cincuenta dólares por portada, una cantidad decente tratándose de un absoluto principiante. Una de las revistas comerciales de aquel momento menciona que la tarifa media de cualquier encargo de ilustración comercial era de 49,88 dólares, y los pequeños dibujos en blanco y negro de Warhol, que ocupan como mucho una cuarta parte de la portada del disco, seguramente serían bastante más simples que la mayoría de los demás encargos.

Nos han llegado dos de las primeras carátulas de Warhol para Columbia, ambas dibujadas en su técnica de la *blotted line*, sin mucha distinción entre ellas. El hecho de que fueran para el sello de gama alta de la compañía, Masterworks, nos indica algo importante: aunque en ese momento prepop de su carrera, Warhol aún era un «modesto» artista comercial, desde muy al principio se movió en la zona más artística y de mayor prestigio del sector.

Podría pensarse que, en la época de la posguerra, las carátulas de discos de doce pulgadas eran un bien de consumo normal y corriente, pero, en realidad, en 1949 el disco de vinilo de treinta y tres revoluciones aún era un producto nuevo y elitista. Lo había inventado el propio sello Columbia, y se había lanzado al mercado tan solo un año antes de que Warhol consiguiera sus encargos para ilustrar carátulas. El «revolucionario nuevo disco microsurco de larga duración (LP) de Columbia» fue un producto insignia cuyas carátulas, más elaboradas, dieron a los artistas y diseñadores «mayor espacio para expresarse», según Jones. Las grabaciones clásicas de prestigio, centrales para la imagen de cualquier compañía discográfica, fueron el eje clave de la nueva línea de productos de Columbia.

Aun dentro de ese mercado selecto y experimental, Warhol trabajaba en el extremo más extraño, produciendo el tipo de piezas «con ínfulas artísticas» que hacía que Jones terminara «siendo crucificado» en todas las reuniones comerciales, según contaba él mismo. Una de sus portadas fue un encargo del MoMA, un álbum con arreglos de un artista de vanguardia mexicano que se grabó para una importante exposición del museo. Warhol basó su ilustración en la reproducción de un manuscrito del siglo XVII, sin duda pensando que para el gusto de los visitantes del museo probablemente sería atractiva. La otra carátula fue para la banda sonora de Serguéi Prokófiev para la película *Alexander Nevsky*, de Serguéi Eisenstein, que Warhol debió de ver en la galería Outlines en 1946, fecha en la que, aunque la película tenía menos de una década, era ya un icono del cine ruso experimental. Es posible que haber mencionado que había visto *Alexander Nevsky* le ayudase a conseguir el encargo de Columbia.

Warhol sabía que este tipo de portadas de discos tenían cierto peso cultural. Tal como confirmaba Jones: «Ya podías ir a casa de una pareja de culturetas, a la de una pareja de *swingers*, a la de un joven soltero o a la de una señora que ha decidido vivir sola, que en la mesita de centro te ibas a encontrar tres o cuatro discos en exposición, igual que hoy puedes encontrarte esos carísimos libros ilustrados. Era un símbolo de estatus, y tenían la calidad suficiente para que funcionaran como un símbolo social».

En su trabajo en el ámbito de la ilustración comercial, Warhol no tuvo demasiado que ver con la avalancha publicitaria de productos de baja gama que inundó Estados Unidos después de la guerra, el tipo de imágenes banales que ensuciaban aquella edición de *Life* del 6 de agosto. El vínculo que habitualmente se establece entre las posteriores obras pop art de Warhol, que dialogan con algunos productos de consumo, y su carrera en el campo de la ilustración comercial es una pista falsa. Tanto en sus *Latas de sopa* como en sus *Cajas de Brillo* se mira hacia la baja cultura desde lo alto, posición que Warhol ya ocupaba desde su particular rincón en el arte comercial. Sus ilustraciones querían resultarles atractivas al tipo de élite consumidora que surgió a finales del siglo XIX y que se consideraba a sí misma «un nuevo tipo de aristocracia, no de nacimiento sino de espíritu: unos individuos superiores que forjarían un modo personal de consumo muy por encima de la banalidad de lo cotidiano».

La primavera siguiente, en una revista sectorial del gremio publicitario apareció el primer artículo sobre «Andrew Warhola: un joven del Carnegie Tech con una técnica inusual». Su autor era el famoso publicista Charles Coiner, de quien ya había hablado a Warhol un aficionado al diseño de Pittsburgh. Este haría varios encargos a nuestro artista más adelante, pero en aquel primer artículo alababa al

joven en su especialidad de ilustrador de portadas de discos, aunque también decía que tenía que expandirse más allá de ese campo.

«¿Tienes algún trabajo para mí?», reza una mendicante postal de Warhol a Bob Cato, el nuevo diseñador de *Theater Arts*, una revista pequeña y respetada que justo entonces estaba en proceso de renovación. Durante aquel primer verano en Nueva York, Cato le encargó un par de pequeños retratos de productores de Broadway para el número de octubre, aunque no eran mucho más que un pequeño relleno decorativo —*spot art*, lo llamaban— y en una revista cuya tirada era menos de una décima parte que la de *Glamour*.

Para diciembre, Warhol había ascendido en el mundo editorial y se podían ver sus ilustraciones en un artículo breve de *Harper's Magazine*, que se distribuyó a ciento cincuenta mil miembros de la élite cultural; este fue el único cliente que mencionó cuando escribió al Tech relatando su éxito en Nueva York.

Además de sus piezas para revistas, Warhol consiguió al menos un contrato publicitario en condiciones, que era para una empresa textil de Filadelfia. Sabemos que el anuncio es de una época bastante temprana porque está firmado «Warhola»; probablemente sea la última vez que aparece ese nombre. Aquel anuncio dio inicio a toda una vida de trabajo en torno a la industria textil de la que apenas se habla, y que incluye tanto artículos de jardín diseñados por el propio Warhol como los tejidos *vintage* que coleccionó con profusión. También los patrones repetitivos que aparecen en muchas de sus serigrafías pop art, sin olvidar sus diseños para papel de pared, tienen una conexión con los tejidos finos. Las pruebas con materiales textiles fueron parte de la permanente voluntad de Warhol de experimentar con todas las «bajas» artes —en el Tech había aprendido que ese descenso podía entenderse, en realidad, como vanguardia en las artes plásticas—, e incluso de jugar con aquello que se supone que debería interesar diferenciadamente a los hombres y a las mujeres. Cierta vez dijo que el «femenino arte» del textil es «otra prueba más de que las mujeres son las artistas más importantes del mundo». Declaración que, de nuevo, no está mal para la supuesta falta de interés político de Warhol.

Junto a su caballete con uno de los integrantes de su horda de gatos siameses.

6
1949–1951

FRANZISKA BOAS Y LA VIDA BOHEMIA | UNA COMUNA DE ARTISTAS FAMÉLICOS | TOMMY JACKSON Y EL PRIMER TONTEO | VIVIENDO SOLO Y EN BUSCA DE TRABAJO

«Teníamos un problema, ¡el dinero! Pero, aparte de eso, la verdad es que nos comíamos el mundo».

> estoy aquí sentado y la tontaina de nuestra gata, una persa capada, no deja de mirarme. martha vino con el estudio, como todo lo demás —instrumentos de percusión, piano, batería, discos de música ubangi y china, libros, plantas, tapices. estatuas desnudas de Franziska Boas—, la mujer con la que compartimos el estudio y otra mujer que escribe sobre desnudos. muy rara. pero no me entiendas mal. tenemos nuestra propia habitación. compartimos el estudio nosotros pintamos y ella baila. Pásate cuando quieras. si algún rato no tienes nada que hacer la verdad es que es un sitio muy artístico. está muy bien

Así describe Warhol su segunda casa en Nueva York en una carta dirigida a Kett Zegart, la asistente que lo había ayudado aquel primer día en *Glamour*. En septiembre de 1949, Pearlstein y él empezaron a compartir un loft con Franziska Boas, bailarina y pionera de la danzaterapia. Hablando de la situación, Pearlstein la describió como una persona «exótica que interesaba al instante». Ese fue el momento, decía, «en el que Andy se convirtió en Andy Warhol y dejó de ser Andy Warhola. No estoy muy seguro de qué ocurrió en la relación que se estableció allí, pero Andy se convirtió en el personaje que después se haría famoso». Eso significa que Pearlstein fue testigo de uno de los momentos clave en el desarrollo de su amigo.

En agosto, a punto de acabársele el alquiler de Saint Mark's Place, los chicos se habían puesto a buscar un nuevo hogar entre los anuncios clasificados. Lo que encontraron fue otro espacio subarrendado, esta vez en el estudio de baile que dirigía Boas. Era hija de Franz Boas, un titán de la antropología moderna con el que estudiaron una larga lista de discípulos que después serían figuras prominentes de la disciplina, entre ellos Ruth Benedict, una pensadora que Warhol había admirado desde que era alumno del Tech. Aparte de todas sus innovaciones en el ámbito de la danza, Franziska había fundado la primera banda occidental formada exclusivamente por instrumentos de percusión. Hasta John Cage había dado clase en su

radical estudio. Los folletos del curso que impartía allí lo presentan como el «compositor y director de orquestas de percusión», que se encargaba de «la musculación y el análisis del movimiento». Boas también había actuado con el amante de Cage, Merce Cunningham, una sorprendente coincidencia, teniendo en cuenta los encuentros que el propio Warhol tuvo con la pareja en Pittsburgh. El piano del estudio, que nuestro artista menciona en la carta, había sido «preparado» por Cage, así que sin duda el nombre de la pareja tuvo que salir en las largas conversaciones que debieron de mantener Boas y Warhol.

El 1 de septiembre, los dos compañeros de piso se fueron de Saint Mark's Place, dejaron tras de sí una nevera invadida de moho y una bañera repleta de cucarachas ahogadas, y se mudaron trece manzanas más al norte, al número 323 de la calle Veintiuno Oeste, en la zona occidental de Chelsea, entre las avenidas Octava y Novena, por entonces un barrio degradado que empezaba a despegar. Estaban a dos manzanas del sórdido hotel Chelsea, a cuya posterior fama contribuiría Warhol, pero también bastante cerca de varias iglesias católicas a las que él solía acudir, según señalan algunas fuentes. Su nuevo alojamiento estaba en el segundo piso de un edificio de ladrillo de cuatro plantas que se había construido en 1865 como estación de bomberos. Boas llevaba allí dando clases de baile a alumnos de todas las razas desde 1940. Y, en lo que constituye un ejemplo temprano de discriminación positiva, no cobraba matrícula a los alumnos negros.

El estudio de Boas era una verdadera escena de bohemia y caos, exactamente igual que lo que Warhol recrearía quince años más tarde en la Factory. Había un montón de niños que padecían algún tipo de trastorno, «dando gritos y golpeando tambores», a los que Boas trataba de ayudar con su danzaterapia. Estaban también sus clases intensivas para adultos, cuyas «improvisaciones estructuradas» a veces ni siquiera empezaban hasta las ocho de la tarde. «Igual que puedes dar a un niño un papel y unas pinturas y decirle: “Pinta, dibuja lo que tú quieras”, lo que yo hago es darles el control y la técnica y les digo: “Aquí tienes tu cuerpo, aquí estás tú. ¡A moverse!”», explicó Boas a un periodista. El vecino del primer piso se quejaba de que le temblaban las luces del techo a causa del baile, y otro de ellos escribió una furiosa nota a Boas: «Por Dios, da un descanso al resto de los vecinos del golpeteo de los tamtanes, al menos el domingo. ¿Qué sois, judíos?».

En medio de aquel lío, Pearlstein y Warhol se instalaron en una habitación luminosa de casi ocho metros cuadrados que ocupaba la parte delantera del espacio escénico. La sala, con suelo de madera, tenía una longitud total de treinta metros y, al otro extremo, había una habitación separada con cortinas, que ocupaba Boas. El apaño

aquel era ilegal, así que no había cocina, únicamente un hornillo y un baño compartido en el que estaba, a su vez, la nevera. Era también tan artístico como para que Warhol lo mencionara la primera vez que consiguió un espacio en la página de colaboradores de una revista.

La parte del loft que pertenecía a los dos amigos estaba amueblada con un par de catres, una estantería con puertas de cristal repleta de los cuadernos y libros de Franz Boas y un montón de instrumentos tribales recogidos por el padre de este, además de unas reproducciones de Van Gogh y de Picasso que colgó nuestra pareja. La propia Boas tenía formación como escultora y seguía pintando constantemente en el loft, sin duda junto a Warhol. El estudio ofrecía incluso unas sesiones de dibujo al natural en las que cualquier artista que tuviera cincuenta centavos podía retratar a los bailarines, una práctica que fue clave para el trabajo de Warhol durante la década de 1950.

Boas compartía su espacio al fondo de la sala de baile con una pareja, una chica que a veces se travestía y que se había puesto el nombre de Jan Gay. Fue una conocida autora de libros infantiles, en los que Warhol siempre tuvo interés, y en pocos años estaba publicando en la misma colección que ella. Tal como él menciona en su nota a Zegart, Gay también era apóstol del nudismo: tiene un célebre largometraje sobre ello que prefigura las propias «películas de desnudos» de Warhol. Asimismo, fue una pionera investigadora sexual y activista por los derechos de los homosexuales, lo que explica en parte su corte de pelo, su atuendo masculino y que eligiera como nuevo apellido la palabra «gay», que en aquel momento empezaba a adquirir su significado contemporáneo, aunque solo entre la propia comunidad. Para el resto de la gente, «gay» seguía significando simplemente «alegre». La hija de Boas creía que Warhol y Jan Gay se habían conocido ya en los círculos gais de Nueva York, antes de que Pearlstein y él se mudaran a la calle Veintiuno.

Pearlstein contaba que la corpulenta Gay era una presencia habitual en su habitación, iba cubierta solo con un kimono desatado y «rociando insecticida Johnson's contra las cucarachas por toda la junta entre el suelo y las paredes. Eso nunca servía para nada, y como Andy se pasaba el día bebiendo refrescos, las botellas aparecían por la mañana llenas de cucarachas […] Y también comíamos sopa Campbell's todos los días, normalmente sopa de tomate, y estoy seguro de que aquellas latas también estaban llenas de cucarachas». Casi todos los recuerdos de los primeros tiempos de Warhol están atestados de latas de sopa. Esto puede deberse a que fueran de verdad su dieta básica, pero es igual de probable que se incorporaran al registro histórico con posterioridad, debido a la gran fama que le proporcionaron después.

Además de los insectos, el ajuar de la calle Veintiuno incluía a

Martha, la «tontaina de nuestra gata persa». En la carta que envió a Zegart, Warhol adjuntó un retrato del felino, el primero de los cientos de dibujos de gatos que hizo. Esta «Martha», castrada y transgénero, fue la primera de todos los compañeros felinos que reflejaron la actitud bohemia de nuestro artista durante los años prepop. Martha tenía, en el loft de Boas, la compañía de una gran perra pastor egipcia llamada Niamh, pronunciado «niif» o «níaf», en irlandés. Entre los papeles de Boas hay unas fotos muy tiernas de la perra, que pronto contribuyó al espacio con una camada de ocho cachorros, alojados en una caja de cartón en la habitación de los subarrendados. Aun seis décadas después, Pearlstein seguía acordándose de aquella mascota como una molestia, una perra con mal genio que no paraba de ladrar.

Es muy bonito observar cómo fue creciendo la intimidad entre Boas y sus inquilinos. En las primeras anotaciones de sus libros de cuentas aparecen registrados pagos por parte de «Warhola» y «Pearlstein» (parece que se turnaban para pagarle los setenta y cinco dólares del alquiler), pero pronto se convierten en «Andy y Philip». Es indiscutible la importancia que tuvo esa intimidad en aquel entorno y aquel momento de la vida de Warhol. El contacto diario con Boas y sus clases experimentales consolidarían el vínculo de nuestro artista con la danza como una forma de arte radical que se había iniciado en Pittsburgh y nunca desapareció. El fundamental enfoque de Boas sobre la improvisación, criticado en aquella época, cobró nueva vida con los bailarines de la iglesia Judson, que Warhol conoció a principios de la década de 1960. Casualmente, Boas también estaba muy interesada en dominar las técnicas cinematográficas, y puede que esto estimulara el interés del artista por aquel medio.

Pero más importante que cualquiera de estos detalles en concreto es el hecho de que aquel loft de la calle Veintiuno supuso su primer contacto sin mediaciones con un emocionante estilo de vida y una cultura «muy artística», lo cual significaba también «gay».

Boas describió a Warhol, a quien veía todos los días, como «simpático, era agradable estar con él», y ella y Gay «absorbieron a Andy» y lo metieron en una «doble vida» que estaba vetada para Pearlstein, tal como recordaba este con cierta amargura. Por lo que parece, las nuevas mentoras de Warhol le dijeron que dejara a aquel «novio» aburridísimo que, según decían, «no resultaba muy útil en su desarrollo —cuenta Pearlstein—. Malentendieron nuestra relación y dieron por hecho que era una relación homosexual». Los dos habían tenido siempre una relación casi silente, trabajaban juntos pero apenas hablaban, y eso no podía competir con las emociones que encarnaban sus nuevas anfitrionas. El diseñador George Klauber, que fue el mentor de Warhol en la cultura gay, visitaba habitualmente el estudio de Boas; hay una foto preciosa de los dos tirados en el loft, Klauber sin

pantalones porque se le habían empapado en un chaparrón.

La escena de Brooklyn Heights en la que se movía el diseñador fue un importante entorno para el proceso de «queerización» de un Warhol recién llegado a Nueva York, pero de ella nos han quedado pocos rastros documentales. Tres décadas después, nuestro artista dijo que Klauber había sido «la primera persona que me habló de la vida gay». Brooklyn Heights era conocida como una zona homosexual frecuentada por hombres acomodados, y tanto su paseo peatonal, el Brooklyn Heights Promenade, como las duchas y el gimnasio del hotel Saint George eran acreditados lugares de *cruising*. Los recuerdos de Klauber sobre aquella época dan idea de la magnitud de su importancia: «Lo maravilloso de los años cincuenta fue sentir que no estabas aislado. Por primera vez, uno tenía la sensación de ser parte de un grupo de personas sensibles e informadas, y de sentir orgullo en vez de vivir en la negación».

En el loft de Boas, Pearlstein, que acababa de conseguir trabajo como ayudante de diseño; era el «cuadriculado» de la casa. Ponía discos de Gustav Mahler en su nuevo fonógrafo, y Boas tuvo que explicarle a qué se refería cuando ella los tildó de kitsch. Pearlstein siguió escuchándolos, pero con auriculares. Fue Warhol quien asimiló realmente el concepto de Boas, y jugó con el kitsch el resto de su vida.

El gusto musical de nuestro artista incluía referencias vanguardistas importantes. Uno de los discos que ponía constantemente contenía la música radical de William Walton acompañada de la voz de la poeta moderna británica Edith Sitwell leyendo su «Façade», un poema casi sin sentido que, tal como ella misma explicaba, creaba «patrones abstractos igual que ciertas imágenes son abstractas». Treinta años después, Warhol aún seguía hablando de su devoción por Sitwell.

Había otro disco que Warhol escuchaba todos los días y también era de una mujer: Bessie Smith cantando sus clásicos de blues subidos de tono. En términos de espectro social, estaba en el extremo opuesto a Sitwell, pero en los términos culturales del momento puntuaba igual de alto. La vanguardia cultural estadounidense comenzaba a señalar los vínculos entre las formas de las convenciones populares y de la alta cultura, ya antes de que el pop art de Warhol hiciera de ese concepto la posición oficial de la vanguardia.

Jan Gay también ponía de su parte en aquella locura de la calle Veintiuno: era alcohólica y tenía problemas mentales. Su terapia consistía en la visitas diarias de un psiquiatra, al que pagaba dándole clases de baile que eran «como las posturas de los dioses hinduistas», al son de uno de los tambores de Boas. Un día en el que Gay estaba particularmente mal, tiró a una amiga por las escaleras y, tal como le contó Warhol a Pearlstein cuando este llegó a casa del trabajo, le pusieron una camisa de fuerza y se la llevaron al hospital Bellevue,

donde ya era una habitual.

Al menos en lo relativo a lo artístico, ambas mujeres se equivocaban en su valoración del efecto aburrido que Pearlstein ejercía sobre Warhol. Una vez tuvo asegurado un encargo comercial, Pearlstein empezó a dedicarse de nuevo al arte por las noches. Uno de sus cuadros era una ampliación enorme del común símbolo del dólar. Contemplando su enorme $ sintió la inspiración: «Se me ocurrió la idea de pintar una serie de cuadros de iconos», contaba. Durante esa época, pintó seguidamente el águila norteamericana, la estatua de la Libertad y otros dos iconos de época más reciente, Superman y Dick Tracy. Aquellos cuadros mostraban todo tipo de florituras alegóricas y estaban pintados de una manera extravagante —«es probable que bajo la influencia de Clyfford Still y Willem de Kooning, cuya obra conocimos aquel año de alguna forma»—, pero aun así, es imposible que no contribuyeran a que abordase los mismos temas, aunque con un tratamiento mucho más directo, que luego haría su compañero de habitación en sus propias obras pop art de la década de 1960. Sin embargo, diez años antes, cuando Pearlstein enseñó a sus colegas por primera vez los cuadros de los iconos, el silencio conmocionado que recibió como respuesta hizo que terminara pintando otras obras sobre la mayoría de ellos. Su *Superman* sí llegó a exponerse al final, pero solo una vez que el pop art hubo preparado el terreno para ello.

Aunque Pearlstein hablaba de su compañero de habitación de la calle Veintiuno como un «adicto al trabajo», es difícil saber con exactitud en qué estuvo trabajando Warhol una vez se instalaron en el loft de Boas. Aparte de una doble página que apareció en *Mademoiselle* en febrero de 1950, no ha llegado hasta nosotros ni una sola contribución más anterior a finales del verano siguiente, y solo una carátula de disco de finales de 1949. A no ser que existan un montón de anuncios sin firmar aún por descubrir, es probable que aquel otoño y la primavera siguiente Warhol se mantuviera con los ingresos de sus primeras facturas de Saint Mark's Place: según los datos, solamente del primer encargo de *Glamour* debió de cobrar hasta unos cien dólares por cada una de las ocho páginas, que era la tarifa estándar de Condé Nast en aquella época. Tal como contó Warhol a Kett Zegart en una carta no mucho más tarde, «supongo que si no fuera por la señora fredricks [sic] no estaría aquí. hice algunos otros trabajos pero nada tan maravillosamente pagado como lo de glamour. Aún lo llevo en mi portfolio (suena como el título de una canción)».

Aquel otoño e invierno, Warhol ocupó parte de su abundante tiempo libre con visitas a los museos y las galerías de su nueva ciudad, que ya conocería gracias a su participación en las últimas exposiciones anuales del Carnegie. Pierre Matisse fue el director de una de ellas, y es imposible que Warhol se perdiera la exposición que el marchante

dedicó a Jean Dubuffet, pionero de los estilos radicales en los que nuestro artista estaba comenzando a adentrarse. Una de las exposiciones del Museo Whitney de Arte Estadounidense presentó cientos de dibujos de objetos populares encargados a diversos artistas por el Gobierno de Estados Unidos, género con el que Warhol jugueteó en sus propias ilustraciones y que después coleccionó tan pronto como tuvo dinero.

Pero es probable que los primeros puestos en la lista de «cosas que ver» de Warhol los ocuparan exposiciones del MoMA, cuyo programa parecía planificado en función de las necesidades del joven artista. Aquel octubre, el museo celebró su vigésimo cumpleaños con la gigantesca exposición «El arte moderno en tu vida», que tenía el objetivo de mostrar «la forma en la que el arte moderno es fuente y catalizador de gran parte de nuestro entorno cotidiano, desde los escaparates de la Quinta Avenida» (que Warhol diseñaría poco tiempo después) «hasta los anuncios de los periódicos» (desde los que saltaría a la fama y que serían su principal fuente de ingresos). Si el Tech y Outlines sembraron en él la idea de que un artista comercial podía competir con figuras más serias y radicales, la exposición del MoMA terminó de confirmárselo. Incluía carátulas de discos hechas por el mismo Robert M. Jones, que en ese momento empezaba a encargar a Warhol las portadas de los LP de Columbia, y también bastantes muestras de escaparatismo de Gene Moore, el pionero que pronto le dio su trabajo con los escaparates.

Gracias a aquellas prestigiosas exposiciones neoyorquinas, las primeras impresiones que Warhol se había formado en Pittsburgh sobre el arte moderno, cuando era niño y después como estudiante universitario, cuajaron en la visión más clara y más adulta que impulsó su carrera. Aunque algunas de sus mejores creaciones parecen a veces surgidas de la nada, en realidad necesitaba, como todo artista, conocer el arte de su época para ser capaz de llevarlo a nuevos planos.

En algún momento entre finales del invierno o la primavera de 1950, la acogedora vida bohemia de Warhol se esfumó. Tras meses de disputas legales, el arrendador de Boas se hartó de sus tejemanejes y de sus tambores y los echó a todos a la calle. Warhol, desconsolado por tener que separarse de la perra y de sus cachorros, se enfadó con Boas por haber perdido el apartamento. «Aquello arruinó su amistad», contaba la hija de esta. Aquel desalojo hizo más daño a Boas que a nadie. La pobreza la obligó a abandonar su carrera y a toda su comunidad, Jan Gay incluida, y a aceptar un trabajo como profesora en Georgia, donde pasó el resto de su vida laboral.

Pearlstein se fue a vivir con Dorothy Cantor, que para entonces era

su novia. A Warhol volvió a sonreírle la suerte por enésima vez: Ellie Simon, su mejor amiga de secundaria y del Tech, se había mudado a Nueva York algunos meses antes. Se veía con otra P&D llamada Leila Davies, y en el momento en que Warhol se quedó en la calle, las dos jóvenes se estaban mudando a un gran apartamento subarrendado ilegalmente en una zona alejada del Upper West Side. Se trataba del sótano del enorme edificio Northport, situado en la calle Ciento tres, en lo que Davies llamó un barrio «muy puertorriqueño» digno de *West Side Story*. Warhol aceptó la oferta de mudarse con ellas probablemente en torno al 1 de abril, y se convirtió en el séptimo u octavo compañero de piso del trío. Entre los residentes del apartamento estaban un grupo de bailarines y un actor —algunos de ellos estudiantes de teatro que Warhol conocía del Tech—, y también un doctorando en pintura y otro joven del gremio editorial.

George Klauber describió el apartamento como «uno de los alojamientos temporales más transitorios y más incómodos en los que he estado en mi vida. Muebles tristísimos. Solo tenía bombillas, no había lámparas». También estaba sumamente saturado de gente: en la misma habitación que Warhol dormían otros dos chicos. Allí colocó su lámpara articulada y su mesa de dibujo, «y, sobre ella, perfectamente colocados, todos sus bolígrafos y los útiles de tinta, cada cosa en su sitio», muy distinto del caos que, al cabo de pocos años, poblaría célebremente su entorno de trabajo. Como tantos otros jóvenes que se independizan por primera vez, aquellos chicos eran noctámbulos. El desayuno podía muy bien tomarse a las seis de la tarde, y, por lo que parece, era alguna de las compañeras de piso quien se lo preparaba a aquellos negados. No es de extrañar que Warhol se refiriera a Leila Davies como «madre».

Nuestro artista hablaría más tarde de aquella experiencia como de una «comuna artística». Cuando los compañeros de piso no estaban visitando alguna galería, iban al cine —veían muchísimas películas de vanguardia de Cocteau, pero también lo último de Fred Astaire—, o devoraban obras de ballet como locos. «Uno o dos comprábamos las entradas más baratas que hubiera en el gallinero y el resto nos quedábamos en el bar de enfrente, y en el intermedio nos reuníamos todos, hablábamos y volvíamos a entrar juntos». Warhol también hizo un uso más práctico de aquellas veladas: en uno de los ballets, se acercó «tímidamente» a la nueva editora de la prestigiosa *Dance Magazine* y alabó su trabajo; ella terminó encargándole ilustraciones durante toda la década. Así, mezclaba siempre placer y negocios, lo social con la oportunidad.

Davies hablaba también de sus largos paseos por la ciudad con Warhol, que iba a su lado con los ojos como platos, maravillado por lo que veían: «¡Mira eso! ¡Qué bonito! Por Dios». Parece que Nueva York

enriqueció al máximo sus habilidades de observación. Uno o dos años después, caminando junto a una nueva clienta hacia su oficina, Warhol fue deleitándose en todo tipo de detalles que, según dijo ella, nadie más habría percibido: un montón de arena con huellas de manos que había donde unos trabajadores arreglaban la calle, los zuecos gigantes de los asfaltadores, las pequeñas cabezas de león de bronce que decoraban el ascensor de su edificio. Es cierto que a Warhol no se le suele calificar de realista, pero la observación estaba en el núcleo de gran parte de su obra, desde la película que hizo en 1963 de su novio durmiendo hasta las fotografías de gente de fiesta que realizó en la década de 1980. «En realidad es mucho más interesante lo que puedes ver caminando de una galería a otra que lo que puedes ver en las propias galerías», dijo a un historiador de arte en ciernes a mediados de la década de 1960.

Aquella pandilla de compañeros de piso de la calle Ciento tres estaban «como toda la gente joven de aquella época, sin un duro y siempre con ganas de salir de fiesta, alimentándose a base de espaguetis», contaba un conocido. Igual que Warhol, la mayoría de sus compañeros de piso luchaban por hacerse un hueco en la escena neoyorquina, contentos de pagar su pequeña parte de un alquiler de ciento veinticinco dólares. «Los bailarines…, cuando ganaban dinero, ganaban dinero, pero cuando no, ni un duro —contaba Davies—. Casualmente, yo tenía un trabajo a tiempo completo, pero ganaba treinta y cinco dólares a la semana». Antes de que acabara la década, Warhol estaría ganando cuarenta veces más, pero en ese momento sobrevivía con precariedad con «cualquier trabajillo que pudiera encontrar». De hecho, lo que conocemos de entonces son solo un par de dibujos nuevos para *Theater Arts* y *Harper's*, además de su primera portada, que fue para una revista llamada *Park East*, una copia del *New Yorker*. Uno de sus compañeros de piso lo recordaba también dibujando zapatos para un contrato de trabajo (lo que deja atisbar su posterior especialización), pero no hay ni rastro de ningún dibujo así publicado por esas fechas.

Puesto que no tenía muchos clientes, Warhol se lanzó a un montón de proyectos artísticos que le supusieron una gran inversión de tiempo. Su experimento más notable fue un enorme lienzo basado en una famosa foto de *Life* titulada *Sábado sangriento*, en la que se ve a un bebé malherido y llorando en las ruinas de una Shanghái bombardeada en 1937. Esta pieza no ha llegado hasta nosotros, pero sin duda parece el germen de la radical idea warholiana de que el arte podría estar basado en el caos salido de los medios, un enfoque al que no volvió hasta una década más tarde.

Ya en la época en la que vivía en la calle Ciento tres Warhol era «un poco quejica, pero generalmente era medio de broma», según contaba

uno de sus compañeros de piso. Nuestro artista aún seguía igual un cuarto de siglo después, con algunos recuerdos del apartamento no del todo positivos. Se quejaba de que la vida emocional de sus compañeros se reducía a quién le había robado el salami a quién, y se lamentaba de que se sentía «excluido» porque estos no le confiaban sus problemas más profundos. A lo que Davies respondió: «En realidad no teníamos problemas, teníamos un problema, ¡el dinero! Pero, aparte de eso, la verdad es que nos comíamos el mundo y no creo que ninguno estuviéramos demasiado preocupados por él».

Davies recordaba especialmente sus fiestas, y hablaba de una en particular que decidieron hacer por el regreso del American Ballet Theatre a Nueva York después de una gira. «¡Fue todo el mundo! Me refiero a que vinieron todas las estrellas al apartamento enano en el sótano, pero nos lo pasamos muy bien. Fue un fiestón». Warhol estaba emocionadísimo con la asistencia de Hurd Hatfield, un ídolo del momento que había interpretado el papel de aristócrata británico afeminado en la película *El retrato de Dorian Gray*, basada en el libro de Oscar Wilde. El actor resumió cierta vez la película, con sus «alusiones a la bisexualidad» —aunque algunos críticos de la década de 1940 las consideraron algo más que alusiones—, como «demasiado rara, demasiado vanguardista, demasiado adelantada a su tiempo». La voz en *off* de la película describe al personaje de Oscar Wilde de forma coincidente con el personaje que Warhol cultivó durante toda su vida: «Su mayor placer era observar los sentimientos de sus amigos sin experimentar él ninguno. Se entretenía ejerciendo una sutil influencia en la vida de los demás».

Uno de sus compañeros de la calle Ciento tres hablaba de Warhol como un «idólatra de estrellas de cine» que escribía sin parar cartas de fan. «Se quedaba sin aliento si veía a fulanito o a menganito […] Nos volvíamos todos locos con los famosos». Hatfield debió de ser más que bienvenido en aquella fiesta porque era claramente gay, como la mayoría de los chicos que vivían en la calle Ciento tres. Tal como lo expresaba Calvin Tomkins en una famosa semblanza de Warhol, «todos compartían su enamoramiento por Judy Garland».

El «grupito» de Warhol, como se refería a ellos una de sus compañeras de piso, hicieron más que explícita su sexualidad el día que llegaron a una fiesta de Halloween disfrazados de guirnaldas de flores. *Daisy chain* («collar de margaritas») era el término que se daba en el argot gay a una orgía en cadena. Uno de los residentes de la casa, que aún no había salido del armario, contaba que aquella broma le incomodó: «Me expuso de un modo que yo no deseaba. Supongo que fue idea de Andy, y se convirtió, creo, en una muestra de todo lo que llegó después en lo referente a su personalidad, sus hábitos y su forma de vida».

Después de la temporada viviendo con una pareja de orgullosas lesbianas y otros tantos meses en su comuna de artistas en el Upper West Side, Warhol estaba finalmente preparado para dar expresión a su identidad gay.

En el piso compartido de la calle Ciento tres, el primer y más notable enamoramiento de nuestro artista fue de un amigo por correspondencia. En los primeros tiempos de la comuna, apareció por allí un joven artista llamado Tommy Jackson montado en un Ford Modelo A para ayudar con la mudanza a un amigo que dejaba el piso. Era un rubio despampanante que deslumbraba a hombres y a mujeres por igual, y entre Warhol y él se estableció algún tipo conexión. Inmediatamente iniciaron una correspondencia subida de tono. (Aunque Jackson era heterosexual y ha dicho que no mantuvieron nunca una relación íntima). Cuatro años más joven que Warhol, vivió primero en Boston y luego un tiempo en Saint Paul, Minnesota. Entre ellos comenzaron a volar tarjetas postales, a veces cada pocos días, y a menudo escritas con una taquigrafía tan familiar e íntima que solo Warhol podría haber sabido lo que significaban. En algunas está escrito únicamente: «sexo» o «sí, chica» o «tra-la tra-la, así que ah».

En una de sus primeras postales, a principios de agosto, Jackson bromea acerca de la prueba de la sífilis: «Es mejor haber dado positivo en la wassermann que no haber amado nunca». Hay una carta suya, fechada cinco días después, que va dentro de un sobre dirigido a toda la pandilla de la calle Ciento tres como «creadores de la orgía salvaje». El contenido está escrito como si fuera poesía modernista: sin espacios entre las palabras, frases enteras cuyo significado es casi indescifrable, y apenas se ve una letra mayúscula, de acuerdo con el típico estilo vanguardista que Warhol conoció en el Tech, pero contiene indicios de que aquel Cuatro de Julio los «fuegos artificiales» debieron de estar dentro del apartamento.

Pocos meses después de haber conocido a Warhol, Jackson le envió una tarjeta postal que reza: «No creo que me sigas queriendo / porque ya no me escribes nunca» y seguidamente otra, que cualquier cartero podría haber leído, con la pregunta: «¿QUIÉN ES EL MARICÓN ESE CON EL QUE ESTÁS VIVIENDO?». (Warhol se había ido de la calle Ciento tres a un piso más pequeño que compartía con otro antiguo alumno del Tech). En otra postal le pregunta: «¿No podemos ser al menos amigos?» —imposible saber si se trata de una broma privada o no—, y hay otras dos tarjetas en las que están escritas las cómicas y políticamente correctas definiciones de «gay» y *daisy chain*, término que parece haber estado muy presente entre el grupito de amigos de Warhol.

Pero la importancia de Jackson va más allá de un simple interés romántico. Fue también una de las primeras conexiones de Warhol con la nueva cultura contemporánea verdaderamente de vanguardia

de la década de 1950. En algún momento en torno a febrero de 1951, Jackson empezó a estudiar en el Black Mountain College de Carolina del Norte, un centro de arte e ideas avanzadas inspirado en la Bauhaus (y, en su origen, con profesores de la misma). Warhol ya conocía el sitio durante su época en Pittsburgh durante los años cuarenta, gracias a los fuertes vínculos que mantenían el Black Mountain College y la galería Outlines, de inspiración bauhausiana. A principios de la década de 1950, sin embargo, aquel centro de arte fue el semillero de una nueva generación de innovadores más radicales como Robert Rauschenberg y John Cage —Tommy Jackson conocía al primero y le caía mal, y era compañero de póquer del segundo—, al que se le atribuye la organización del primer *happening* de la historia mientras estudiaba allí. La pareja de Cage, Merce Cunningham, también estaba allí, y los artistas Cy Twombly y Ray Johnson (Warhol era fan de ellos y también su amigo). Este importante grupo de creadores gais convirtió al Black Mountain College en un extraño refugio para los homosexuales de aquellos años.

Jackson estaba instalado en aquel ambiente, y da la sensación de que iba guiando a Warhol, deliberadamente, por el camino que transitaba hacia el arte y las ideas enrevesados del Black Mountain College. Envió a nuestro artista el primer número de la *Black Mountain Review* y un anuncio promocional de *Ceremonies in Bachelor-Space*, un librito de difícil poesía modernista en verso libre que él mismo había publicado. Warhol le respondió con una postal en la que le preguntaba si él podría entenderlo, a lo que Jackson respondió únicamente: «Si eres lo bastante inteligente». A partir de ahí, y durante una década, Warhol empezó a producir sus propios libritos en ediciones limitadas.

Aun sin el contacto directo con la escuela que encarnaba Jackson, Warhol se hubiera topado igualmente con los enfoques radicales del Black Mountain College. El mismo año que pasó aquel en Carolina del Norte, Robert Motherwell, otro de los alumnos, publicó su antología *The Dada Painters and Poets*, que se convirtió en la biblia de la vanguardia posabstracta que nacía en aquel momento y en la que Warhol terminó integrándose, en fechas algo más tardías, con el pop art. Ese fue también el momento en que Robert Rauschenberg, formado en el Black Mountain College, empezaba a obtener cierta visibilidad: la revista *Life* dedicó tres páginas a sus siluetas a tamaño real impresas en cianotipo. Semanas después de aquella publicación, Betty Parsons, una de las mejores marchantes de Nueva York, ofreció a Rauschenberg su primera exposición individual, repleta de piezas semiabstractas sumamente peculiares. Todas ellas anunciaban el enfoque conceptual del que fueron pioneros tanto él como su amante, Jasper Johns, y sin duda sirvieron de modelo para las primeras incursiones de Warhol en el pop art a principios de los años sesenta.

Décadas después, a la pregunta de qué artista admiraba por encima de todos, nuestro artista contestó: «Adoro a Rauschenberg […] Siempre me ha encantado. Hace mucho tiempo que me gusta».

«Qué era lo nuevo, lo novedoso de verdad…, de qué estaban hablando todos los artistas, en qué direcciones se movían, ese tipo de cosas»: eso era lo que obsesionaba a Warhol en aquel momento, según cuenta la que fue su compañera de piso, Leila Davies. No hay duda de que tenía en el punto de mira las últimas exposiciones del MoMA.

El museo anunció una de esas exposiciones como «obras enormemente controvertidas de los pintores jóvenes de la abstracción estadounidense», descripción que no pudo dejar de despertar el interés de Warhol. Incluía obras de Motherwell, Pollock y Balcomb Greene, cuya presencia aún seguía cerniéndose sobre su alumno.

Pero el evento más importante y warholiano que tuvo lugar aquella temporada en el MoMA fue, con mucha diferencia, una retrospectiva a gran escala del pintor estadounidense Charles Demuth, fallecido en 1935. El artista «supo expresar su formidable y compleja personalidad con una sensibilidad extraordinaria», afirmaba la nota de prensa del museo, y abordar el sexo desde «sus propias e inquietantes tensiones psicológicas», fórmula que era lo más transparente que en aquella época se permitía a la hora de mencionar la homosexualidad de Demuth. Según afirmaba el MoMA, él estaba decidido a «pintar como quisiera» —y lo que quisiera, incluidos hombres liados con otros hombres—, «fueran cuales fueran las consecuencias sociales o económicas». Increíblemente, la primera imagen de un libro de Demuth publicada no mucho tiempo antes por el Museo Whitney mostraba a un ricachón con un sombrero de copa abrazado a un marinero delante de una «abstracción» de Constantin Brâncuși ridículamente fálica. La propia exposición del MoMA presentaba una serie de ilustraciones de Demuth que, según su comisario artístico, incorporaban «insinuaciones explícitas de la decadencia, por no decir del mal»; por ejemplo, una acuarela del artista junto con su amigo íntimo Marcel Duchamp en el Golden Swan, un bar gay de Greenwich Village también conocido como «El Agujero del Infierno». Ese sería, sin duda, un tema de atractivo incomparable para el joven Warhol. Un par de años después, la «perversidad cuidadosamente estudiada» de su primera exposición individual se compararía «por varias razones» —todas ellas innombrables en aquel momento— con la de Demuth, y también con el arte *queer* de Aubrey Beardsley y Jean Cocteau, artistas ambos que el radar de Warhol había detectado desde la universidad. Gracias al MoMA, la relación del amor entre personas del mismo sexo y el arte de vanguardia quedó por fin fijada en la mente de Warhol y se convirtió en el pilar sobre el que construyó toda una vida de trabajo.

Cualquiera que se encaminara, casi cualquier tarde de principios del invierno de 1950, hacia la depuradora o las oficinas de los impresores y rotulistas situadas al inicio de la calle Veinticuatro Este de Nueva York habría pasado por delante de un pequeño apartamento a pie de calle tras cuyas ventanas sin cortinas podía verse a un joven enjuto y con una incipiente calvicie concentrado en su trabajo. Sobre su mesa se reflejaba la luz de las paredes de la habitación, de un color anaranjado como el atardecer, que proyectaba reflejos dorados a los trozos de papel que la cubrían. O también se lo podía ver tirado en la cama con el teléfono pegado a la oreja, haciendo llamadas en busca de clientes con un tono quedo y afectado que a algunos encantaba y a otros exasperaba. (Uno de sus colegas, que detestaba aquel tono susurrante, lo comparó con el de Marilyn Monroe). «Ayer planté alpiste en el parque. ¿Le gustaría que dibujara un pájaro? ¿Tiene algún encargo para mí?», ronroneaba Warhol al teléfono, o bien decía: «Hola. Estoy aquí sentado en la cama, jugando al yoyó». O incluso contestaba a la pregunta automática «¿Cómo estás?» de algún cliente con un susurrado: «Bien, pero con diarrea». Así era un Andy Warhol que empezaba a madurar en Nueva York y a desarrollar su propia y peculiar idea de lo que era hacer negocios.

Parece que, en algún momento del otoño de 1950, la comuna de la calle Ciento tres se disolvió —por lo que se dice, Warhol se cansó de pagar las enormes facturas de teléfono de sus compañeros— y, hacia noviembre, las notas de Tommy Jackson empezaron a estar dirigidas a: «Andy Warhol, A/A Groell 319 Este núm. 24, apto. 1E». Aquel era el pisito que Philip Pearlstein había encontrado cuando perdió el loft de Boas, y que había dejado en agosto, al casarse con su compañera P&D, Dorothy Cantor. Los vínculos con el Tech seguían siendo sólidos y, así, el apartamento lo ocupó después otro P&D llamado Joseph Groell, el cual había tenido bastante relación con el profesor Perry Davis y trabajado en el estudio neoyorquino de Balcomb Greene, el favorito de Warhol. Llegó a Nueva York con una oferta para alojarse en casa de un profesor de inglés del Tech que llevaba el glorioso nombre de Astere Evarist Claeyssens, vestía capa y mantenía una afectada pose byronesca. Pero cuando quedó claro que este tenía aviesas intenciones para con la virtud de Groell, el joven dejó su casa y se trasladó al piso vacío de Pearlstein. Warhol se unió a él al perder también su alojamiento, pero no parece que para Groell su nuevo compañero de piso fuera mejor que Claeyssens: «Cuando vivía con él, me daba un poco de vergüenza salir juntos al bar del barrio, porque me parecía que [Warhol] tenía pinta de homosexual». (Pearlstein contaba que a ellos dos también los habían tomado alguna vez por

una pareja gay, pero que no le molestaba «en modo alguno»).

Warhol se mudó a casa de Groell mientras este estaba de viaje en Pittsburgh, lidiando allí, en vez de en Nueva York, con el centro de reclutamiento «porque creía que estarían menos ojo avizor de los trucos que usábamos para librarnos del ejército». Warhol mantuvo también su registro en el centro de Pittsburgh, sin duda por la misma razón y quizá por sugerencia de Groell. Fue durante la época en la que vivía en la calle Veinticuatro cuando consiguió que le rebajaran la categoría de alistamiento, desde la 1A (en condiciones para ir a Corea) que había recibido en 1949, al cumplir veintiún años, hasta la 4F (no apto según el reconocimiento médico). Su salud no había cambiado, por tanto, es difícil imaginar qué otra razón pudo haber para esta revisión aparte de su orientación sexual. Quizá su irreprimible pluma llevara a alguno de los médicos a «diagnosticarlo» como homosexual, o puede que Warhol exagerara deliberadamente su amaneramiento para librarse del reclutamiento, tal como hizo mucha otra gente.

Un año después de llegar a Nueva York, parece que esta nueva situación con respecto a su alojamiento, más tranquila, favoreció que Warhol se concentrara en su carrera. Imilda Vaughan, otra amiga suya del Tech que se había trasladado a la gran ciudad poco después que él, recordaba una anécdota de una visita que hicieron juntos al MoMA y en la que Warhol empezó a contarle a un trabajador cualquiera que había por allí que quería hacer postales de Navidad para el museo. Sorprendentemente, consiguió un encargo para hacer justo eso, con el que ganó 128,83 dólares, pero quizá el objetivo no era tanto la ganancia económica: podría decirse que tan solo a fuerza de descaro consiguió un encargo por parte del museo dando un rodeo, por decirlo así, mucho antes de que crear algo que fuera digno de colgar en sus paredes.

Vaughan también lo recordaba examinando las cajoneras llenas de discos de una librería y anotando los nombres de los sellos discográficos que mostraban alguna ambición estética. «Y luego se iba a su casa y empezaba a llamar a las discográficas diciendo: “Soy Andy Warhol, querría hacer carátulas de discos para ustedes”. En aquel momento, su nombre no significaba nada, pero de los quince sellos a los que llamó, consiguió unas seis citas, de las que sacó cuatro o cinco encargos para hacer carátulas».

El joven Warhol estaba usando también sus viejos contactos de Pittsburgh para buscar trabajo. Edgar Kaufmann hijo, el retoño gay del clan dueño de grandes almacenes y, en aquel momento, poderoso comisario de diseño del MoMA, lo recomendó a algunos contactos suyos, como el director de arte Charles Coiner, que era conocido por conseguir que artistas famosos hicieran anuncios publicitarios. Warhol y Kaufmann eran lo bastante cercanos para que, un año después, el

comisario artístico le enviara una expresiva tarjeta de felicitación por Navidad.

Groell contaba que su compañero de piso estaba constantemente al teléfono, intentando conseguir encargos y esforzándose todo lo posible para parecerles «creativo» a los directores de arte a los que cortejaba con aquellas estratagemas de semillas de alpiste y yoyós. Warhol usó la frase de la diarrea con una figura de la altura de nada menos que Paul Rand, gurú del diseño, aunque no hay indicios de que esa elaborada excentricidad le funcionara en su objetivo de trabajar con el maestro. «No creo que aquellas actitudes extremas respondan únicamente a que él era un hombre de extremos. Creo que en realidad había mucho de deliberado en ellas. En otras palabras, eran afectaciones cuidadosamente planeadas —contaba uno de los primeros impresores de Warhol—. Es muy agudo. Mucho más agudo de lo que nadie imagina». Y contaba también que «todas las relaciones que Andy mantenía con cualquier otra persona eran para conseguir más trabajo, más ilustraciones, más encargos […] No creo que hiciera amigos por mera amistad. Andy era la persona más oportunista que jamás he conocido».

Cuando se trataba de conseguir encargos, el pillo y tímido de Warhol hacía gala de un corazón frío y calculador que casi llegaba a avergonzarlo. Groell contaba que al colgar el teléfono después de alguna de estas extravagantes llamadas en frío le decía: «¿No te ha parecido ridículo?» o «Yo no quiero actuar así».

Tal como lo explicó uno de sus primeros novios: «Podías pensar: "Ah, mira a ese chaval tan agradable y tan ingenuo, vestido como un paleto de Pennsylvania, que tiene un aire entre enfermizo e inocente, y que no se entera de qué va la cosa". Pues vaya si se enteraba. Pero él siempre se lo tomaba todo como si fuera un juego, una partida de algo […] No entendía por qué la gente se tomaba las cosas tan en serio». Otro amigo de los primeros tiempos dijo que tenía la sensación de que Warhol estaba siempre «riéndose del mundo o burlándose de todo». Aun si nuestro artista llegó a crear algunas de las obras de arte más serias de la historia, la poca seriedad de su proceder fue una de las claves de su personaje público.

A finales de la década de 1960 en adelante, Warhol recibió a veces críticas por el insensible desdén que mostraba ante los problemas de sus amigos; la mayor prueba de ello es Edie Sedgwick. «De vez en cuando, alguien me acusaba de ser maligno, de haber dejado que la gente se autodestruyera mientras me quedaba mirando, solo para poder registrarlo en grabaciones de vídeo o audio», escribió Warhol. Puede que el problema real residiera en su incapacidad para ver los disparates de sus seguidores, ni casi nada en el mundo, como algo más que escenas de una película que pasaban ante sus ojos para que él las

grabara, al modo de un programa de televisión, como solía decir. Daba por hecho que los demás se dedicaban a actuar, exactamente igual que él.

Durante los meses que Warhol pasó en la calle Veinticuatro las maniobras de las que hablaba Groell empezaron a dar sus frutos. Sabemos de al menos otra carátula de disco en la que estuvo trabajando nuestro artista, y nos han llegado copias de cuatro ilustraciones para revistas, tres de ellas relativamente menores. La cuarta, más destacable, fue para la portada de la revista *Interiors*, que acababa de pasar por una reestructuración con el objetivo de concentrarse en lo último del diseño moderno. Quizá fuera esa orientación vanguardista la razón por la que Warhol hizo aquella portada, y después otras cuatro, gratis, aunque en todas ellas su nombre figuraba en un tamaño inusualmente destacado. Le gustaba tanto la revista que consiguió que uno de sus primeros novios se suscribiera.

Para primavera, la racha de Warhol había mejorado lo suficiente para que un medio le dedicara cierta atención por primera vez, una página entera en la sección «Artista emergente» de la gaceta gremial *Art Director and Studio News*. En ella se enumeraban los trabajos para revistas que ya conocemos, otros más y algunas piezas promocionales para la NBC. Dado que la semblanza se publicó en la edición de abril de la gaceta, debía de estar haciendo referencia a un periodo de unos cuantos meses antes, cuando aquel recién llegado (como mucho hacía dieciocho meses que estaba en Nueva York) tenía ya el éxito suficiente para llamar la atención de los editores. En ella se hace también mención, de pasada, de un campo totalmente distinto que después sería importante en la carrera comercial de Warhol. Se señala que el artista había obtenido ya contratos para ilustrar cubiertas de libros (en plural) de la prestigiosa y puntera editorial New Directions, cuyo éxito residía en parte en el uso de un diseño exquisito para vender sus elevados libros de poesía y prosa.

Como solía ocurrir con Warhol, es posible que hubiera alguna relación personal de por medio. Quien lo puso en contacto con la empresa fue el destacado diseñador Alvin Lustig, alumno del Black Mountain College e importante fuerza motriz en la actualización de las portadas de los libros de New Directions: aquellas cubiertas habían logrado triplicar las ventas y llegaron a aparecer incluso en la exposición del MoMA «El arte moderno en tu vida». Además, resulta que Lustig era muy amigo de Will Burtin, el mentor de George Klauber cuya agenda Rolodex tanto había aprovechado Warhol.

Pero hubiera o no contactos personales implicados, lo que hay que señalar es que tanto Warhol como sus imágenes encajaban bien con la elegante y esotérica agenda cultural de New Directions. No puede ser

accidental que dos de los libros que llevaron sus portadas estén escritos por autores abiertamente homosexuales, entre ellos el polémico barón Corvo. En esa edición de la obra del susodicho a cargo de New Directions, el poeta gay W. H. Auden lo describe en su introducción como reflejo de la cosmovisión de un «homosexual paranoide».

Quizá fueran todos estos signos de la proximidad del éxito, y de su aceptación, lo que otorgó a Warhol el valor necesario para buscar finalmente una casa propia. En diciembre se encontraba buscando piso en Brooklyn Heights, cerca de Klauber y de sus amigos gais, pero no consiguió ninguno. A principios de marzo de 1951, había firmado un contrato por lo que quería: su primer apartamento para él solo, recién pintado y empapelado, y por el módico precio de 52,90 dólares al mes, según figura en un contrato de arrendamiento que Warhol no tiró nunca. Uno de sus amigos se refirió a ese alquiler como «lo más barato que existía».

La dirección era el número 216 de la calle Setenta y cinco Este, un clásico edificio neoyorquino con bellas puertas y ventanas y una fachada ornamentada con la que el tiempo no se había mostrado demasiado clemente. El apartamento de Warhol era el 1A, y parece que estaba en el semisótano de una habitación, con un ancho de solo dos ventanas, pero con cocina y baño. Uno de sus primeros biógrafos afirma que a aquel lugar le faltaba agua caliente y le sobraban ratas, y que Warhol se quejaba del papel de pared rosa con estrellas plateadas (extraña queja, pues suena más parecido a su gusto que otra cosa). El lado positivo, sin embargo, es que estaba situado en la frontera del elegante Upper East Side neoyorquino, lo que nuestro artista podría haber interpretado como una señal, tanto para sí mismo como para los demás, de que estaba escalando posiciones en el mundo. Fue en ese mismo barrio donde decidió comprar sus dos casas cuando empezó a ganar dinero de verdad. Aparte, Warhol estaba también siguiendo los pasos de Philip Pearlstein, quien no hacía mucho se había mudado a pocas manzanas de allí, y del guapo bailarín Victor Reilly, miembro de la comuna de la calle Ciento tres, que vivía en el mismo edificio que Warhol.

Si bien aquel traslado dio inicio a un periodo de dos años completos de trabajo frenético y ajetreado crecimiento en la vida de nuestro artista, es una etapa que tiende a pasarse por alto. En aquella época, la vida social de Warhol parece que estuvo fuera de su casa en mayor medida que en las épocas anteriores o posteriores. El depauperado semisótano no aparece como escenario de las anécdotas que cuentan sus amigos, porque no muchos de ellos llegaron a entrar allí alguna vez. Para Warhol, las apariencias estaban empezando a cobrar importancia.

Un ilustrador de éxito haciendo el payaso con su nuevo y estiloso traje.

7
1951–1952

NUEVOS LUJOS | OTTO FENN | AL ACECHO DE CAPOTE | LLEGA JULIA WARHOLA | ÉXITO COMERCIAL | FOLLETOS FANTÁSTICOS

«No era una tía. Tengo su nombre por aquí… esto… Andy Warhol».

La nueva versión del «traje de ensueño», que durante unos años se convirtió en el distintivo de Warhol, era un traje de franela gris de tres botones adquirido en la elegante tienda de moda Brooks Brothers. Indicaba que el trabajo estaba empezando a entrar y que Warhol estaba preparado para salir (también del armario) a la escena neoyorquina. «Una vez que comenzó a ganar un poco de dinero, se sentía mucho más relajado —recordaba su antigua "madre" Leila Davies—. Era capaz de prestar más atención a su ropa y a ese tipo de cosas que antes no se hallaban a su alcance […]. Le parecía estar llegando a algún sitio». Pero eso no quería decir que Warhol, ahora «todo un figurín demasiado arreglado [que] solo sabía hablar de zapatos y camisas», estuviera dispuesto a zambullirse en la cultura dominante. Un conocido comentaba que vestía «con tantísima afectación que me dejaba pasmado». Esa franela gris, que costaba más de un mes de alquiler, no era tan formal como podría parecer: en lugar de una hilera de botones en las mangas, los puños de la chaqueta tenían un único y elegante botón sujeto con un clip. «Iba hecho un desastre», recordaba uno de los primeros novios neoyorquinos de Warhol, que describía sus zapatos desatados y sus calcetines de diferentes colores; eso sí, todo de Brooks Brothers. «Estaba calculado y resultaba encantador. Era muy juvenil y creo que eso le gusta a la gente». El objetivo de Warhol era parecer desaliñado, «como un príncipe que podía permitirse zapatos caros, pero le traían sin cuidado y no les concedía ningún valor».

No se ponía sus zapatos lujosos hasta que hubieran adquirido la pátina adecuada, acelerada mediante la aplicación de agua, pintura derramada o incluso orina de gato; conservó ese aspecto a lo largo de los años cincuenta. En cierta ocasión, en una fiesta navideña, cuando alguien le señaló que estaba arrastrando por el suelo su elegante abrigo, «Andy dijo: "Está bien", quería que pareciera desgastado».

Warhol se esmeraba en lucir los lujosos adornos que le granjeaba su éxito en el arte comercial, al mismo tiempo que declaraba frenéticamente que continuaba depositando toda su fe en los hábitos bohemios de la vanguardia artística. Podía dedicarse a la ilustración, pero no formaba parte de ella. Ese doble compromiso ostensible, con la cultura de élite y sus recompensas en efectivo, así como con los valores vanguardistas, configuraría el resto de su carrera. Las tensiones generadas de esa guisa contribuirían a impulsar su arte.

Warhol se habría dejado ver con su atuendo de dandi meticulosamente gastado en un elegante bar que frecuentaba, el llamado Café Winslow, en un hotel de Madison Avenue con la calle Cincuenta y cinco, con revestimiento de madera oscura y un ambiente que una revista describía como «casi siempre informal, amistoso y gay». Este último calificativo era cierto en sus dos acepciones del término en inglés: alegre y homosexual. El Winslow tenía una notable clientela gay y estaba ubicado en el límite de los bares del centro de la ciudad, el llamado Bird Circuit (Circuito de las Aves), donde podían encontrarse «frívolos maricas» elegantemente vestidos «que se comían discretamente con los ojos unos a otros», en opinión de un joven que formaba parte de ese mundo. El compositor homosexual Ned Rorem contaba que, cuando iba a hacer *cruising* a Nueva York en los años cuarenta, se aseaba en los «resplandecientes baños privados» del Winslow.

Muchas noches, Warhol pasaría del Winslow a cenar en el Café Nicholson, a la vuelta de la esquina en la calle Cincuenta y ocho. Ese restaurante de moda había sido abierto, en la época en la que nuestro artista llegó a Nueva York, por un joven escaparatista y anticuario llamado Johnny Nicholson (cuyo nombre original era Bulica). A Warhol «le gustaban los chicos que lo dirigían y era un sitio caro», recordaba un amigo, que creía que el coste del lugar formaba parte de su atractivo. Incluso cuando era pobre como las ratas, en la calle Ciento tres, se sabía que Warhol frecuentaba el costoso bar del hotel Plaza, donde los homosexuales eran bienvenidos y el local llegaría a convertirse en uno de sus favoritos. (Una década después se lo recomendaría a un joven amigo como un buen sitio para ligar).

A Nicholson se le atribuye la invención de la decoración *vintage*, gay y fabulosa, el estilo adoptado enseguida por Warhol. Su restaurante estaba repleto de antigüedades eduardianas poco apreciadas, que eran vendidas a buen precio por los proveedores de restaurantes y por la multitud de anticuarios de los alrededores. El jardín pseudomediterráneo del Café Nicholson era el lugar preferido de los literatos más atrevidos de Nueva York, incluidos Gore Vidal y Tennessee Williams, dos hombres tan cerca de revelar su orientación sexual como resultaba posible en aquellos tiempos y en una ciudad

donde las relaciones homosexuales todavía eran ilegales. Esos nuevos bohemios fueron fotografiados en 1949 en el jardín del Nicholson para el reportaje de una célebre revista. El artículo señalaba que habían convertido las artes en «un negocio rentable a gran escala» y que se dedicaban al «cultivo del prestigio social y del ego». No es de extrañar que Warhol se esforzara tanto en llegar a formar parte del mundo del Café Nicholson. Una vez que se convirtió en un asiduo, pagaba su cuenta con billetes de un dólar que se sacaba de los zapatos y rebuscando en todos los bolsillos, y que salían disparados junto con cuchillas de afeitar, lápices y gomas elásticas.

Había otro atractivo en las inmediaciones del café: el tramo de Lexington Avenue al sur del restaurante era el centro de los prostitutos, donde una «horda de homosexuales […] desfilaban con pasos amanerados en parejas y en tríos por ambos lados de la avenida», según la cómicamente implacable y empedernidamente homófoba *New York: Confidential!*, una guía muy vendida en esa época. En un revolucionario documental de la década siguiente, un prostituto que se hacía llamar Jason Holiday decía que era una zona «guay» para encontrar una clientela «un poco más refinada».

No está claro qué clase de impresión causaba Warhol a las personas que conocía o a los hombres con los que se enrollaba en cualquiera de esos lugares. Uno de sus novios declaraba sentirse especialmente atraído por su risa incomparable, que «emanaba de él y resultaba encantadora». En las fotos, Warhol da la imagen de un hombre apuesto, como un exótico eslavo con pómulos marcados y una boca carnosa. «Tenía unos labios preciosos», recordaba uno de los primeros hombres que los besó, y un dibujo de 1951 de su íntimo amigo Nathan Gluck retrata a Warhol como un dandi de una belleza distinguida, con puños franceses y una pajarita a cuadros. En una hoja completa de contactos de retratos tomados en 1958 nuestro artista ofrece una imagen elegante y gallarda; lleva un peluquín rubio bien disimulado y una camisa blanca almidonada con una elegante solapa que oculta sus botones. En fotos más distendidas viste con frecuencia los «mocasines rozados, unos chinos y un jersey gris encima de una camisa blanca y una corbata tradicional», que *The New York Times* describía como el uniforme del artista en aquella época.

Incluso Art Elias, el amigo heterosexual de Warhol, lo describía como «de aspecto deseable y bien parecido», y Philip Pearlstein coincidía. Nuestro artista era esbelto, medía un metro setenta y siete, pesaba sesenta y seis kilos y tenía un bonito físico juvenil. En una foto temprana aparece medio desnudo en la cama con un aspecto saludable y sexy, con unas pantorrillas bien torneadas y unas piernas velludas, que desmienten el antiguo mito de que Warhol no tenía nada de pelo.

«Él se consideraba feo —recordaba un novio de principios de los

años sesenta—. Pero Andy desnudo era un chico hermoso. Y yo solía decirle: "Andy, ¿no te miras al espejo? Eres precioso"». Y añade un detalle que resultaba irresistible para nuestro retrato: recordaba que Warhol «tenía una polla enorme, realmente grande». Las fotografías confirman este extremo.

Nuestra imagen habitual de Warhol como un niño desvalido, andrógino y débil —una versión masculina de su amiga de los sesenta Edie Sedgwick— era un espejismo dirigido al consumo público. No era eso lo que él deseaba ver cuando se miraba al espejo. Ya a finales de los cincuenta, levantaba pesas dos o tres veces por semana con un amigo en la YMCA y era socio de un gimnasio en un rincón remoto de Queens. Su compañero de halterofilia recordaba que Warhol hacía quince fondos en las barras paralelas, «y dudo de que una persona media pudiera hacer una sola». Nuestro artista entrenó durante el resto de su vida, y a finales de los años sesenta estaba lo bastante fuerte para inmovilizar los brazos del roquero protopunk Lou Reed, quien llegó a decir: «Es como un demonio, tiene una fuerza increíble».

No obstante, pese a algunas opiniones positivas sobre el aspecto de Warhol y ciertas fotografías que encajan con ellas, el joven podía seguir causando una impresión negativa. «Andy era uno de los chicos menos agraciados que he visto en toda mi vida —decía un marchante de mediados de la década de 1950—, un adolescente con el rostro lleno de acné y una nariz protuberante y deformada permanentemente inflamada». Un amante de Warhol de principios de los años sesenta lo describía como «casi repulsivo en cuanto a su físico».

Al menos en los primeros tiempos, seguramente su tez llena de manchas no lo ayudó. George Klauber se explayaba a propósito de la piel de Warhol cuando recordaba su aspecto por aquel entonces y, en un ingenioso medio cumplido, un cliente comparaba su cutis con las abstracciones que Helen Frankenthaler hacía con borrones. Philip Pearlstein fue lo suficientemente inteligente para hacer un retrato de su amigo en el que las manchas de su piel parecen tan solo el resultado de una técnica pictórica vanguardista.

En la primavera de 1953, Warhol recibió una carta de su prestigioso dermatólogo (que curiosamente era asimismo un importante experto en sífilis), quien le explicaba que los tratamientos se limitaban a una crema decolorante que podría ayudar a igualar el tono de la piel. Es probable que surtiera algún efecto, ya que un novio de ese año recordaba que las decoloraciones solo se mostraban en realidad cuando Warhol se ruborizaba y que estaba excesivamente preocupado por ellas.

Luego estaba la nariz notablemente protuberante —aunque no en demasía—, que Warhol había heredado de su madre. Una foto de finales de los años cuarenta muestra el inquietante parecido de ambos.

«Francamente, no era tan bulbosa ni tan horrible como todos decían; se ven narices peores», recordaba alguien que fue durante mucho tiempo su ayudante. Pero eso no impedía que Warhol la odiase. «Tenía la idea de que, si se operaba la nariz […] su vida cambiaría de repente», según explicaba un íntimo amigo de esa época. Empezó por practicar la «cirugía» en varias fotos suyas, empleando tinta negra para dotarse de una nariz respingona. Luego, en junio de 1957, pagó nada menos que quinientos dólares para operarse lo que Dorothy Cantor describía como «la pelota de ping-pong en la punta de su nariz». Para entonces tenía los fondos, las influencias y el gusto para ponerse en manos de un cirujano plástico inmensamente sobrecualificado, que era asimismo un artista expositor: «El arte era lo que me interesaba en la cirugía plástica —decía el virtuoso doctor—. El diseño es importante a la hora de recrear un rostro».

La operación de nariz de Warhol tuvo tanta relevancia para él que la adoptó como el tema de varias de sus primeras pinturas pop art, que copiaban anuncios del antes y el después de napias reconstruidas de manera cómica. Un enamorado de Warhol en el momento de la operación recordaba que el artista había pensado que la intervención lo convertiría en un Adonis y se sintió desconsolado al no suceder tal cosa.

Décadas después de su operación, Warhol dio una descripción caricaturesca de la misma: «Te rocían toda la cara con un aerosol con una sustancia congelada. Luego cogen un papel de lija y te lo restriegan por todo el rostro. Después duele mucho. Permaneces dos semanas ingresado a la espera de que se desprenda la costra. Yo pasé por todo eso y en realidad se me agrandaron los poros. Quedé verdaderamente decepcionado». Las fotos muestran que la carnosa punta de su nariz se redujo un poco, pero estaba en lo cierto en lo referido a los poros: en los primeros planos posteriores de Warhol sin su habitual capa de maquillaje, descrita por un amigo como «pesadas capas de calamina», su nariz parece la superficie lunar.

Los ojos también suponían un problema para nuestro artista. Era sumamente miope: sin sus gafas no lograba reconocer a un amigo que estuviera a más de un brazo de distancia. Cuando llegó a Nueva York llevaba monturas infantiles porque eran más baratas que las de adulto, pero más adelante, lució al menos durante algún tiempo un par de gafas estenopeicas decididamente poco sexis y que su amiga Tina Fredericks había encargado en especial para él a un optometrista. Unas sencillas monturas de carey se equiparon con unas láminas de sólido plástico negro cubiertas de perforaciones: una práctica de curanderismo oftalmológico contra la que el Gobierno estadounidense todavía estaba tomando medidas en la década de 1990. Las gafas reticulares de Warhol sobreviven, rotas, en su archivo. Mirar a través

de ellas es como observar a través de un caleidoscopio; Warhol debía de parecer alguna especie de insecto ciego cuando las llevaba puestas. No obstante, uno de sus seguidores aseguraba que lo ayudaban a ver mejor, mientras que otro creía que Warhol había disfrutado con su aspecto amanerado. Hacia 1958, el artista compraba lentillas, aunque en 1970 todavía encargaba gafas, cinco pares a la vez.

Y luego estaba el mayor flagelo de la vida de Warhol: su pelo, o su falta de pelo, que las fotos de los años cincuenta muestran como fino, debilitado y después casi desaparecido; unos cuantos folículos ralos que apenas ocultaban su cuero cabelludo. Y lo poco que quedaba encanecía prematuramente. Su primer peluquín, uno castaño claro que encajaba con su pelo, data, según las versiones, de 1951, 1953 —cuando en las fotos aparece todavía con una decente mata de pelo natural— y 1955, y se le ha atribuido el sorprendente coste de mil dólares. Su amiga Imilda Vaughan recordaba un momento humillante en el que un novio de Warhol le arrancó su flamante postizo diciendo: «¡Mirad lo que tiene Andy!». A finales de los años cincuenta, prefería a veces ponerse de rubio, con flequillo largo a lo Truman Capote, y frecuentaba el Palm Court del hotel Plaza con la esperanza de que lo confundiesen con el apuesto escritor.

Como había ocurrido con su operación de nariz, las primeras obras pop art de Warhol incluían varios dibujos sobre remedios para la calvicie y luego un cuadro basado en una imagen de pelucas, que pegó junto a un anuncio de periódico que rezaba: HAZ QUE ÉL TE DESEE.

Pero cualesquiera que fuesen los auténticos defectos estéticos de Warhol, y por muy espantoso que pudiera imaginarse a sí mismo —estaba esa «dismorfia corporal» que podría haberse derivado de la fiebre reumática de su infancia—, no parecía paralizado en sociedad. «No cesaba de acudir a fiestas[…]. El país de las hadas que eran los cincuenta le sentaba como anillo al dedo», recordaba un amigo que formaba parte de aquel mundo.

Casi tan pronto como llegó a la calle Setenta y cinco, o quizá un poco antes, Warhol trabó amistad con Nathan Gluck, un artista bien instalado en el mundo cultural gay. En mayo de 1951 este le envió una imaginativa postal con un mensaje escrito en los colores del arcoíris. También dibujó un cuidadoso retrato de Warhol dedicado a su nuevo amigo «André», al que este hizo un cómico añadido, casi como si ambos estuvieran dibujando codo con codo. Unos años después, Gluck firmaba como ayudante principal de Warhol, un puesto que desempeñaría durante una década.

Para diciembre de 1951, nuestro artista había forjado una relación análogamente estrecha con un joven poeta llamado Ralph Ward, alias Corkie, que era «alto, ágil y talentoso» y que también era novio de George Klauber; «mi segundo gran amor», lo llamaba este. (Aunque en

realidad Ward estaba viviendo a la sazón con otro hombre). Klauber le habló al biógrafo de Warhol Victor Bockris acerca de una Nochebuena salvaje en 1951. Después de ver una película francesa, los tres compraron un árbol para el apartamento de Klauber en Brooklyn Heights y se entregaron a una suerte de rito del invierno en torno a él: «Yo me había quitado los pantalones, y Ralph y yo estábamos bailando un vals como locos alrededor del árbol y nos estrellamos contra una mesa; cuando me levanté, tenía un enorme tajo en el costado, así que llamamos a una ambulancia, lo cual significaba que también acudiría la policía. A Andy lo embargó una súbita aprensión y se esfumó. Estaba sencillamente aterrado». Warhol tardaría años en adquirir la confianza en sí mismo propia de los homosexuales neoyorquinos más abiertos; los recuerdos de la policía de Pittsburgh seguían vivos.

Warhol comenzó a bombardear a Ward con cartas de amor. La versión de este último de la relación es que el artista estaba más encariñado con él que viceversa, algo en lo que parecen haber insistido casi todos los novios de Warhol. La pareja siguió unida solo el tiempo suficiente para colaborar en cinco coquetos proyectos de libros, una serie en la que trabajaron (y tal vez concluyeron) en casa de Ward y en el piso de la calle Setenta y cinco; él escribía versos cómicos que Warhol ilustraba. Una hoja típica, jamás publicada, contiene un dibujo de *blotted line* hecho por nuestro artista de dos hombres besándose bajo una docena de versos picantes escritos por Ward: «Mientras espero en la colina / para encontrarme con Bill, / pienso en lo bueno, dulce y amable que es Peter, / a quien acabo de dejar».[4]

En realidad, tanto uno como el otro imprimieron en *offset* un centenar de sus libritos autoeditados como regalos para la creciente lista de clientes de Warhol, pero asimismo con la esperanza de una publicación convencional; la cual quedó truncada cuando las editoriales respondieron con una pila de notas de rechazo, todas ellas enviadas el mismo día de agosto de 1953. Las colaboraciones con Ward incluían casi todo el repertorio de estilos característicos de Warhol: su desigual *blotted line*, su contorno sinuoso del estilo de Matisse, sus bosquejos de figuras de palo y sus rústicos garabatos. Sorprendentemente, esos rasgos habían sido establecidos ya durante el primer par de años de Warhol en Nueva York, y apenas cambiarían a lo largo de la década siguiente.

Para cuando Warhol andaba comprando árboles de Navidad con Ward y Klauber, había intimado asimismo con el notable fotógrafo de moda Otto Fenn. Anteriormente, Tina Fredericks, de *Glamour*, le había remitido a nuestro artista para que lo aconsejase acerca de la manera de irrumpir en el ambiente comercial neoyorquino, y Fenn le había

permitido ganarse a algunos de sus clientes. El estudio del fotógrafo tenía dos plantas y estaba siguiendo la calle del Café Nicholson; en el techo de su sótano unos pequeños cristales circulares permitían ver los pies de los transeúntes sobre la acera. En la época en la que Warhol se convirtió en un asiduo al estudio, este había acogido a Jean Cocteau y también a Gore Vidal, recientemente afamado por su novela gay y fotografiado por su buen amigo Fenn en una pose de marinero con el busto al descubierto.

Otto Fenn, quince años mayor que Warhol, era un homosexual que había comenzado dedicándose a la pintura. Se convirtió en una suerte de mentor para nuestro artista, quien lo visitaba casi a diario y realizaba algunas de sus propias obras en el estudio de Fenn, al tiempo que le ofrecía utilería pintada para sus sesiones fotográficas. Incluso colaboraron en una postal de Navidad enviada desde el estudio. Warhol seguía vistiendo su traje de pana de Pittsburgh cuando Fenn le hizo un tierno retrato en una pose gatuna.

En el verano de 1952, Warhol comenzó a enviar a Fenn una serie de ingeniosas postales amaneradas improvisando sobre *Camille*, el melodrama de Greta Garbo de 1936. Las tarjetas incluían un fotograma de la película, con la que luego Warhol componía un collage con bocadillos de diálogo llenos de frases recortadas de un manual de lengua francesa, o en una caja con el maullido de un gato, compuesta a mano. Las postales habían sido editadas en su origen por una editorial nada menos que de la talla del MoMA, como tributo a Garbo, una estrella de Hollywood a la que los conservadores del museo consideraban seriamente una artista, lo cual demostraba una vez más que incluso en esa etapa de la carrera de Warhol anterior al pop art ya se entrecruzaban las culturas popular y vanguardista. Eso fue más o menos por la época en la que nuestro artista hizo que su amigo Klauber lo fotografiase con las manos en la cabeza, en la célebre pose de Garbo, «el importante gran ídolo del gusto *camp*», como la actriz fue descrita en cierta ocasión.

Una serie de dibujos de Warhol de hombres travestidos estaba basada en fotos de Fenn —incluidas algunas del propio fotógrafo posando con pieles en un escaparate de Lord & Taylor—, todas ellas importantes por ser una de las primeras de las numerosas veces en las que Warhol y su arte rozaron el travestismo, siguiendo la senda de aquel autorretrato vestido de chica que hizo mientras estudiaba en el Tech.

Desde la perspectiva del siglo XXI, cuando la cultura gay a veces llega a darse por sentada, resulta fácil pasar por alto hasta qué punto el traslado de Warhol a Nueva York fue acompañado de una profusión de obras con temática *queer*; una «salida del armario» estética que resulta significativa para todo cuanto hizo con posterioridad.

«me llamo andy la señorita ives me ha dado su dirección dice que le habla de mí». Esto es lo que había escrito en una cara de una tarjeta postal que Warhol mecanografió en su apartamento de la calle Setenta y cinco. Marca el comienzo de una de sus más importantes relaciones tempranas con otro hombre, a pesar de no haber sido correspondida. He aquí el nombre y la dirección que escribió en la otra cara de la postal: «mr capote/1060 park avenue/nueva york».

«Empecé a recibir esas cartas de alguien que se hacía llamar Andy Warhol. Eran, ya sabe, cartas de un fan —recordaba Capote treinta años más tarde—. Él no parecía inmutarse por mi falta de respuesta a sus cartas. Me convertí en la Shirley Temple de Andy. Al cabo de un tiempo, comencé a recibir cartas suyas a diario». No es de extrañar que Warhol hubiera escogido a Capote como objeto de sus atenciones: en un artículo publicado unos años antes, el autor había descrito un año de su niñez que, al igual que nuestro artista, había pasado «básicamente en cama», obsesionado con «la mujer más hermosa del mundo», que no era otra que la favorita del propio Warhol, Greta Garbo. El joven artista debió de haber sentido un vínculo kármico ineludible entre él y aquel a quien consideraba prácticamente su doble.

A la altura del primero de mayo de 1952, ese sentimiento había llegado al extremo de que «la señorita Ives» (Marian, que era la agente de Capote) tuvo que escribir una carta pidiendo a Warhol que cesase y desistiese. No obstante, su tono pone de manifiesto que este ya la había encandilado con su encanto y la tenía como aliada. Ives bromea contando que «[Capote] decía haber estado recibiendo unas estúpidas notas de un tal Warhol y piensa que usted debe de estar un poco loco. Así que, por supuesto, le dije que así era».

No sabemos si Warhol dejó de enviarle notas, pero en algún momento la obsesión fue más allá del correo postal y dio paso al acoso propiamente dicho. En cierta ocasión, sus amigos encontraron a un Warhol con una visible agitación, esperando para abalanzarse sobre Capote en el exterior del Stork Club, un local de moda donde este estaba cenando. Además, el autor descubrió que Warhol estaba yendo a su edificio en persona. Un día miró por la ventana y divisó a aquel fan «apostado» abajo contra una farola, cual matón de cine negro. De algún modo, esta aproximación directa parece haber surtido efecto. Consiguió que lo invitaran a subir al piso, tal vez cuando la alcohólica y excéntrica madre de Capote se apiadó del acosador que acechaba abajo. «Solamente quería a alguien con quien beber», recordaba Warhol. Más tarde diría Capote que le había agradecido que bebiera con su madre para no tener que hacerlo él mismo. «Ella me llevó al

Blarney Stone, en la Tercera Avenida —contó Warhol—, y bebimos whisky alternado con cerveza y hablamos de los problemas de Truman». Tener «un problema», para Warhol, significaba ser gay, por lo que podemos imaginarnos la conversación.

Según la versión de Capote, él estaba en casa cuando el artista acudió a visitarlo, y Warhol se le antojó «la persona más solitaria y falta de amigos que jamás había visto en mi vida», lo cual demuestra la idea tan equivocada que se había llevado de nuestro artista, quien en realidad tenía una vida social bastante animada y nunca acertó a comprender por qué Capote se había compadecido de él. Parece que Warhol interpretó aquel encuentro como una licencia para empezar a telefonear a su héroe («todos los días», según la probable exageración de Capote), hasta que la madre del escritor decidió que ya había tenido suficiente y lanzó semejante diatriba contra Warhol que lo ahuyentó durante varios años. Ambos hombres solo llegarían a trabar una auténtica amistad en la década de 1970, cuando sus respectivos estatus culturales comenzaron a corresponderse con el de las «reinas» emparejadas de los mundos literario y artístico de Nueva York.

En la primavera de 1951, mientras Warhol continuaba instalado en el sótano de la calle Setenta y cinco, hizo otro contacto que duraría años. Décadas después recordaría «la humillación de acudir con mi *portfolio* al despacho de Carmel Snow en *Harper's Bazaar* y, al abrir la cremallera, ver salir y bajar por la pata de la mesa una cucaracha. Ella sintió tanta lástima por mí que me ofreció un empleo». Snow era la gran editora de moda de Nueva York —Richard Avedon dijo una vez que ella le había enseñado todo lo que sabía— y *Bazaar* era el buque insignia de las revistas femeninas de la corporación Hearst. Confirmando la historia de Warhol de los encargos compasivos, ella le ofreció un modesto debut haciendo insignificantes ilustraciones de zapatos, como ornamentos menores en un extenso reportaje fotográfico de Avedon. Al cabo de un tiempo, sin embargo, empezó a asignarle páginas enteras, de suerte que acabó publicando sus trabajos en un total de sesenta y nueve números. Eso significa que Warhol debió de contar asimismo con la aprobación del estricto genio Alekséi Brodóvich, zar del diseño de *Bazaar*, cuyas reprimendas recordaría años más tarde Warhol. Los numerosísimos zapatos que dibujó para la revista ayudaron a consagrarlo como la máxima autoridad en calzado, posteriormente su principal fuente de ingresos. En 1951, sin embargo, Warhol no era nada más que «un joven que hacía ilustración publicitaria para *Harper's Bazaar* y otras revistas», según una figura de la talla de Amy Vanderbilt, cuyo editor encargó a nuestro artista la ilustración de su primer libro de etiqueta que se publicó al año siguiente. (Vanderbilt no quería que se utilizasen fotografías, pues pensaba que estas pasarían de moda más fácilmente que los dibujos).

«Era un tipo delgado con deportivas sucias y sudadera, y no sabía a qué lado del plato iba el tenedor. Vivía en un cuarto y tenía un tenedor, un cuchillo y un plato», recordaba.

Durante el año siguiente, la carrera de Warhol comenzó a despegar. Consiguió más trabajo de todos y cada uno de los directores artísticos que lo habían contratado en sus primeros meses en Nueva York, amén de los encargos para *Bazaar* y un montón de nuevos más de la NBC (un insólito anuncio para las nuevas retransmisiones deportivas por televisión), *Dance Magazine*, *Town and Country* y *The New York Times*, donde empezó con la sección «Dibujos de Andy». El neófito Warhol estaba haciendo ya algo que pocos de sus rivales podrían imaginar jamás: trabajar con regularidad para revistas publicadas tanto por Condé Nast como por la corporación Hearst, feroces competidores que normalmente exigían la fidelidad de los trabajadores por cuenta propia.

Asimismo, estaba consiguiendo prestigiosos contratos para folletos de compañías farmacéuticas, que, como las portadas de discos, eran «buenos para incluir en un *portfolio* y llamar a la puerta de las agencias de publicidad, porque expresaban [tu] creatividad», según uno de los clientes del propio Warhol de compañías discográficas. Nuestro artista necesitaba empezar a cultivar todos los trabajos publicitarios posibles, ya que las ilustraciones de revistas son siempre artículos de reclamo para los artistas, pues están destinadas a impresionar a los tipos de Madison Avenue cuyos contratos permiten pagar realmente las facturas. Una empleada de *The New York Times* recordaba cómo Warhol casi la atropelló con su bicicleta cuando circulaba como un loco por el centro de la ciudad, entregando dibujos y buscando trabajo. Montaba trajeado, decía, pero parecía tan demacrado y hambriento que a veces preparaba un almuerzo enorme para compartirlo con él.

Entre unas cosas y otras, Warhol estaba ganando lo suficiente para contratar a su amigo Pearlstein, siempre apurado de dinero y que vivía a la vuelta de la esquina, en la calle Ochenta y dos, para tensar los lienzos donde producía arte plástico. Warhol nunca renunció a su autoimagen de artista serio, por muy atareado que pudiera estar como artista comercial. Habría encontrado el apoyo para asumir ambos papeles en una exposición del prominente ilustrador Saul Steinberg, compartida entre las prestigiosas galerías de Sidney Janis y Betty Parsons, que se inauguró justo cuando Warhol estaba enviando sus cartas de fan a Capote. Un artículo de *The New York Times* citaba el ataque de Steinberg al expresionismo neoyorquino entonces de moda como «una especie de chantaje al espectador» e insistía, en cambio, en la idea tan warholiana de que «los sentimientos del artista han de ser sublimados y objetivados mediante el lenguaje del arte».

Muchas de las declaraciones de Steinberg en el artículo bien podrían haber sido proferidas por Warhol: «Yo copiaba todo de todo el mundo, incluida mi madre», decía aquel justo antes de que nuestro artista empezara a hacer otro tanto, y también hablaba de su deseo de probar suerte en el cine y en la televisión, e incluso en un decorado teatral «de dibujos exhibidos mediante un proyector», lo cual evoca las proyecciones de Warhol de una década después.

Un día de finales de invierno de 1952, en medio de toda esa fiebre profesional, Julia Warhola se presentó de visita. Para sorpresa de todos sus familiares, no volvió hasta dos décadas después. El otoño siguiente, en octubre, su nieto Pauly seguía preguntándole: «¿Cuándo vuelves a casa?». Cabe señalar, no obstante, que su casa acababa de experimentar un gran cambio: el hijo mediano de Julia Warhola, John, que vivía con ella, se había casado ese año, por lo que habría habido una nueva nuera en la familia y puede que Julia temiera que se repitieran sus problemas con la primera.

«Vengo a cuidar de mi Andy y, cuando esté bien, me vuelvo a casa», explicó Julia Warhola a Leonard Kessler, que más tarde compartiría estudio con Warhol. Y, como añadió luego: «Andy nunca estaba bien». Puede que Julia hubiera encontrado a su hijo sumido en el caos: «Necesitaba desesperadamente a alguien que se ocupase de él», recordaba un amigo de entonces. Julia mencionó en cierta ocasión que había descubierto noventa y siete camisas sin lavar en el armario de su hijo el día de su llegada, aunque nadie ha incluido jamás la meticulosidad entre las notables virtudes de la madre. O tal vez la sagaz madre se había imaginado que su Andy estaba empezando a salir del armario y había creído que su presencia podría mantenerlo dentro un poquito más. De hecho, nunca cesó de buscar una «buena chica» para que se casase con él y una vez dijo que solo se quedaría hasta que encontrase una. Por otra parte, Julia Warhola escribió en cierta ocasión una carta a una prima suya preguntándole por qué su Andy era «diferente». Cuando se refería a un amante de Warhol como su «amigo», puede que fuese perfectamente consciente de que eso significaba algo más que un colega, y que no solo se quedaba a pasar la noche porque trabajaban hasta tarde. Otro novio temprano de nuestro artista estaba seguro de que ella sabía lo que se cocía.

Podría ser también que Warhol hubiera extrañado el abrazo maternal de Julia Warhola y se la hubiera arrebatado a sus hermanos por propia iniciativa. Según un director de arte que en realidad había conocido a la madre antes que al hijo, la versión de la historia de su traslado que contaba Julia era que fue Warhol quien le pidió que se quedara en Nueva York «y que ella estaba muy resentida por ello».

Además, él podría haber hallado otra ventaja en la presencia de su madre: uno de sus novios decía que Warhol no quería practicar sexo en casa mientras ella dormía en su habitación, lo cual podría implicar que estuviera siendo utilizada como un práctico escudo contra las relaciones íntimas.

Cualquiera que fuese la razón, tras una separación que se había prolongado tres años enteros, Julia Warhola se convirtió de nuevo en un referente en la vida cotidiana de Warhol, aun cuando él le hubiera dicho inicialmente que podía quedarse solo hasta que consiguiese una alarma antirrobo, o al menos así es como contaría la historia décadas después. Joseph Giordano, el director artístico que describió a la madre de Warhol como «increíblemente genial […] mucho más inteligente que Andy», dijo que una vez se volvió corriendo a Pittsburgh indignada, para luego regresar exigiendo el debido respeto. «Entró, estrelló la maleta contra el suelo y se dio la vuelta. Lo miró y le dijo: "Andy Warhol soy yo"». Giordano era el único que veía en Julia la fuente de algunos de los problemas del artista, así como de sus talentos: «Él se sentía muy poco querido. Me dan ganas de llorar […]. Yo sabía que ella le hacía sentirse completamente insignificante. Le hacía sentirse la criatura más repugnante que Dios había puesto en esta tierra».

Todos los amigos de Warhol estaban sorprendidos por esa extraña presencia en su casa. Julia limpiaba para su hijo «como una asistenta checa» y también cocinaba para él y para cualquier invitado, aunque no se les unía. La comida era a menudo un sándwich o galletas saladas y sopa Campbell's —¿quién no las recuerda?—, en tanto que la cena podía consistir en col y ternera o «cosas extrañas […] tortitas checoslovacas o algo con varios rellenos», según un invitado WASP. Su madre preparaba la clase de comida eslava que siempre le encantó a Warhol, por más que este promoviera una imagen plenamente americana de sí mismo como alguien que se alimenta de pan blanco y batidos de vainilla. Aunque no se menciona con frecuencia, el propio Warhol podía ser un cocinero entusiasta e incluso ambicioso en las contadas ocasiones en las que disponía de tiempo para ello. Una amiga de los años cincuenta recordaba que le había preparado la cena una noche de Acción de Gracias a base de faisán glaseado.

Julia Warhola era «tan divertida como Andy y le encantaba reírse con las cosas graciosas —recordaba un novio de nuestro artista—; le gustaba jugar a ser una campesina y en parte lo era, pero su astucia saltaba a la vista». Se dirigía a su hijo en su ruteno nativo, que Warhol hablaba y leía, y cuando tenían visitas conversaba sin parar en su propia versión del inglés, cómicamente titubeante pero perfectamente comunicativo. «Cada día tú más y más y más grande», le decía a un novio de Warhol en una secuencia filmada por este en los años sesenta

para una película biográfica de ficción sobre su madre. Cuando improvisa a partir de los elementales hilos de la trama y del diálogo que le habían dado para esa película, su interpretación pone de manifiesto que la imagen de ella como la vieja bruja rusina era el camuflaje de una excéntrica mujer, inteligente y compleja. En algunas fotos de Warhol aparece, en efecto, ocultando su pelo bajo una típica *babushka*, pero en otras luce elegantes atuendos de su propia cosecha.

La tensión de Julia Warhola entre la boba ingenua y la sagaz estilista es, asimismo, la fuerza que impulsaba la mayor parte del arte creado por nuestro artista en sus años tempranos. Desde el primer dibujo de una orquesta que hizo para *Cano*, con su estilo falsamente naíf, y a lo largo de un decenio de zapatos bonitos y chicos más bonitos aún, Warhol jugaba en la frontera entre el arte marginal (una especialidad de Pittsburgh) y la sofisticación amanerada (plato local de Nueva York).

Un ayudante la comparaba con la pintora Abuela Moses, y el propio Warhol elogiaba a su madre por hacer arte que era «realmente bueno y correcto […] como los artistas primitivos». Ese era el término histórico-artístico apropiado en la juventud de Warhol, cuando los anuarios del Carnegie habían mostrado a los verdaderamente carentes de formación, como la Abuela Moses, y a los artistas comerciales falsamente naífs, como Carol Blanchard, una prominente ilustradora a la que Warhol había idolatrado en el Tech. Cuando la madre de nuestro artista no llevaría en Nueva York más de un par de años, Andy la puso a agregar leyendas a sus dibujos, donde desplegaba la caligrafía increíblemente florida que había aprendido de niña y que había utilizado en toda su correspondencia. Como recordaba un nieto de sus visitas a su abuela en Nueva York: «Sostenía su pluma mientras me miraba y parloteaba [en ruteno, su lengua materna]. Y sus manos no cesaban de moverse. Era una interpretación casi magistral».

La caligrafía de Julia no era exclusivamente suya: el padre de Warhol y otros compatriotas rutenos habían aprendido a utilizar la misma escritura con plumín de acero. Pero en el contexto de Nueva York, y del riguroso arte y diseño modernos, se antojaba magnífica, fresca y natural. Su escritura, con sus constantes faltas de ortografía, suponía una adición perfecta a los demás estilos falsamente naífs de Warhol. Antes de su llegada, nuestro artista había empleado infinidad de garabatos propios con errores ortográficos cada vez que necesitaba incluir caracteres. Los mantuvo en su repertorio durante el resto de los años cincuenta, incluso una vez que hubo decidido incluir la letra de su madre en el centro mismo de su identidad corporativa, plasmándola en grande en sus tarjetas de visita, artículos de papelería y materiales publicitarios.

Esa caligrafía tenía otra dimensión importante para su hijo. En

1948, cuando Warhol estaba leyendo la primera novela corta de Capote, se había topado con un pasaje que describía una cursiva sofisticada como un signo inequívoco de la homosexualidad de un personaje: «Era un laberinto de florituras, delicadas íes y oes más delicadas aún. ¿Qué clase de hombre podía escribir así?». Precisamente la clase de hombre que Warhol estaba vendiendo a sus clientes.

En 1957, Julia Warhola llegó a utilizar la cursiva con su sello personal en el último encargo de alta cultura de su hijo: la portada de un álbum del nuevo sello de jazz Prestige. La grabación presentaba al exótico músico conocido como Moondog, que era una suerte de doble cultural de Julia. Era un personaje semi o pseudomarginal —ciego, a veces sin techo, con cuernos de vikingo, pero asimismo que había estudiado en el conservatorio—, cuyos ritmos y aullidos salvajes evocaban al instante visiones de los cuellos altos y las boinas de los avanzados clubes del Greenwich Village, del mismo modo que la caligrafía de Julia Warhola tenía un hueco en el diseño gráfico puntero. El único ornamento de toda la portada del disco de Moondog de 1957 era un párrafo sobre él en la simplona escritura de Julia, que le valió una especie de premio de artes gráficas.

La beneficiaria del premio constó como «la madre de Andy Warhol», lo cual significa que no era considerada una creadora verdaderamente independiente, sino una adjunta a la carrera profesional de su hijo que no tenía formación. El hecho de llamarla de ese modo era una manera de etiquetarla como una artista marginal «descubierta» (o, para ser más precisos, apropiada) por su hijo, plenamente capacitado. Su apodo maternal la convertía en una pariente cercana de la Abuela Moses, a la sazón la más célebre artista naíf de la escena estadounidense. Por lo demás, habida cuenta de que Warhol ganó un premio con su propio nombre en el mismo concurso, muchos observadores podrían haber imaginado que la madre nombrada en el álbum de Moondog no existía, salvo como un *alter ego* de nuestro artista del sexo opuesto, a la manera en que Marcel Duchamp se travestía como Rrose Sélavy. No habrían ido tan desencaminados: incluso en el álbum de Moondog, Warhol había hecho un collage a partir de los intentos caligráficos originales de su madre, y en poco tiempo, cuando esta se sentía demasiado frágil para realizar la tarea, él y su asistente aprendieron a copiar su letra. Más adelante, Warhol llegaría a encargar esos caracteres en hojas transferibles de Letraset.

Ahora bien, por mucho que nuestro artista pudiera haber admirado y usado el arte de su madre, estaba siempre nervioso a causa de esa presencia ajena a su círculo social. «La señora Warhola no era glamurosa y creo que él se sentía un poco avergonzado de ella […]. Si llegabas a conocer a su madre, entonces sabías que le gustabas mucho

a Andy», decía un amigo. A medida que Warhol ascendía en el estrellato y Julia Warhola empezaba a beber cada vez más —vasos de whisky «para su corazón»—, cada vez eran menos las personas expuestas a su singular presencia.

Cuando se levantó Warhol el miércoles 14 de mayo de 1952, a la hora de la tarde que fuese, sin duda halló un motivo de celebración. Su nombre aparecía impreso, la primera vez de muchas, nada menos que en *The New York Times*. El periódico anunciaba que el Club de Directores Artísticos de Nueva York había concedido a Warhol uno de sus premios anuales —una medalla dorada auténtica— y había incluido su obra galardonada en su exhibición anual «Arte Publicitario y Editorial», en la que participaría todos los años de la década siguiente excepto uno, siempre con más de una obra. El club y su certamen tenían una resonancia especial para Warhol: el mentor de George Klauber, Will Burtin, era su presidente cuando nuestro artista lo conoció en 1949, el único año en que la exposición dedicada a los ganadores del concurso se albergó en el MoMA, donde Warhol la habría visto en su viaje primaveral a Nueva York. Burtin le estaba dando trabajo en 1952.

La ilustración premiada de Warhol para el club en 1952 fue un impresionante anuncio a página completa que ya había aparecido en *The New York Times* el otoño anterior, aunque sin la firma de su autor. Promocionaba un lujoso documental radiofónico de género negro de la CBS sobre el crimen organizado. La imagen de Warhol, una *blotted line* ingeniosamente torturada, de un yonqui chutándose y apartando el rostro por la vergüenza y el dolor, anunciaba el primer episodio del programa, dedicado al narcotráfico.

Lou Dorfsman, el famoso director artístico de la CBS que diseñó la campaña, explicaba que el nuevo medio televisivo, todavía un «hijastro en pleno crecimiento», amenazaba con asumir el control de la cadena, por lo que estaban esforzándose al máximo en mantener la vitalidad de la radio. Dorfsman decidió destacar su anuncio para el documental sonoro empleando una imagen dibujada, cuando todos sus competidores se precipitaban hacia la fotografía —«Siempre iba contracorriente»— y creando una página «que se inscribía en realidad en la categoría de arte más que de ilustración». Warhol era demasiado selecto para ser usado para el entretenimiento menor y de máxima audiencia, decía Dorfsman, pero tenía «el impacto visual que yo deseaba para un tema semejante. [Su] estilo posee una cualidad descarnada».

A pesar de todo, los elogios de Dorfsman estaban claramente matizados. Decía que había elegido a Warhol por lo bien que

canalizaba el estilo de Ben Shahn, y otras fuentes coinciden en que lo llamaban con frecuencia para los trabajos porque hacía las veces de «un Ben Shahn más barato», y sin la mácula de las ideas políticas de extrema izquierda de este. Por aquel entonces, Shahn era una figura destacada de la ilustración —el modelo de «todo estudiante de arte en Nueva York», según un cliente de Warhol— y dominó las exposiciones del Club de Directores Artísticos al menos durante la década siguiente. El propio Warhol coleccionaba sus obras y enmarcó una en oro para la pared de su apartamento.

Si parece existir una disparidad entre la modesta valoración que hacían esos directores artísticos de los talentos «shahnianos» de Warhol y el premio que ganó, esta desaparece una vez que comenzamos a investigar el concurso de 1952 del Club de Directores Artísticos Era como la carrera loca de *Alicia en el país de las maravillas*: todos ganaban algún premio, o prácticamente todos. Se repartieron cuarenta y un galardones en una amplia gama de categorías, incluidas «Correspondencia Directa y Folletos», «Pósteres y Puntos de Venta» y «Revistas y Órganos de Difusión de las Compañías». Warhol ganó en la de «Arte Publicitario en Periódicos: Ilustración General». Entre sus colegas ganadores más notables figuraban los fotógrafos Henri Cartier-Bresson e Irving Penn —sus nombres aparecían justo debajo del suyo en el folleto de los premios del club—, lo cual confirma la intrusión de la fotografía en el territorio de la ilustración como «la gran novedad», en palabras de Warhol.

Esto señala un truco que nuestro artista guardaba bajo la manga y que, una década después, explotaría en obras más radicales: por mucho que sus ilustraciones parecieran dibujadas a mano, cualquier espectador podía notar que las fotografías acechaban detrás de muchas de ellas. (Sus archivos incluyen las fotos que usó para su dibujo del drogadicto, así como para muchos otros proyectos comerciales). Leyendo entre líneas los comentarios de Dorfsman, nos damos cuenta de que eso era exactamente lo que andaba buscando un director artístico como él en aquel momento de transición: una esencia fotográfica que venía con la pátina del arte elevado hecho a mano. Aunque esos premios del Club de Directores Artísticos de 1952 puedan mostrar que la fotografía estaba ganando terreno, aún llevaba el estigma de la publicidad de gama baja, de la clase que Warhol habría detectado en el número de *Life* dedicado a Pollock, cuando este aterrizó en Nueva York. Contratar a nuestro artista les servía a los directores de arte de pretexto para incluir un atisbo de fotografía en un diseño sin reconocer del todo que estuvieran cayendo tan bajo (o avanzando tanto, si estaban al corriente de las tendencias de entonces, pero no se fiaban de que su audiencia les siguiese hasta tan lejos). Warhol tendía a trabajar para clientes de élite —editoras de moda,

selectos sellos discográficos, editoriales serias y grandes farmacéuticas — que, como sugiere Dorfsman, no podían soportar un enfoque fotográfico, pero tampoco podían prescindir de él.

Al analizar los trabajos de Warhol en el campo de la ilustración, es importante reconocer que su éxito dependía de la pericia con la que había dominado un estilo que apelaba a los gustos establecidos de su época. Todavía estaba muy lejos de cultivar el arte serio y desafiante al que llegaría más adelante. Ya en 1952, en el catálogo de la exposición del Club de Directores Artísticos, figuran imágenes en tres de los estilos característicos de Warhol que uno juraría que son suyas, de no ser porque están firmadas por otros artistas. Unos años después, dibujó una mujer tatuada para un folleto promocional de su propia empresa que se asemejaba mucho a la que aparecía en una postal (o quizá estaba inspirada en ella) que había recibido de un bar muy conocido de Miami. En torno a esa misma época, un artículo de revista sobre la agencia líder de diseño y publicidad Sudler & Hennessey incluía una ilustración realizada por Warhol, junto con muchas otras de estilos muy parecidos al suyo. «Podría haber contratado tal vez a dos o tres docenas de artistas para que hiciesen los anuncios, y creo que habríamos logrado el mismo reconocimiento», decía uno de sus directores artísticos; evidentemente estaba exagerando, pero no del todo. «Su especialidad eran los zapatos — decía uno de los agentes que promocionaban sus servicios por aquel entonces—. No era más conocido que otras personas, pero tenía renombre». O, en palabras de otro cliente y admirador: «Era considerado un artista accesorio, y eso no es ninguna maravilla». Tan solo unos meses antes de su muerte, cuando un crítico insistía en que la pericia de Warhol en el arte comercial en la década de 1950 debió de influir en el arte plástico que cultivó con posterioridad, la respuesta del aludido fue: «Bueno, solo hacía zapatos».

Sin la grandeza de ese arte plástico posterior que le permitió labrarse un nombre en un escenario más amplio, el arte comercial de Warhol habría desaparecido del panorama hace mucho tiempo.

Seguramente Warhol albergó sus propias dudas acerca de su lugar en la jerarquía artística. Había recibido una formación vanguardista en Pittsburgh y luego se había enfrentado al arte avanzado por toda Nueva York. Eso lo hacía ser perfectamente consciente de que su enorme deuda para con Shahn tildaba su obra de retrógrada, como enfoque propio de una era evanescente. Incluso en el Tech, a algunos de sus compañeros les parecía que Shahn ya estaba pasado de moda. Por supuesto, Warhol disfrutaba del dinero y el reconocimiento que su estilo convencional le había reportado, pero se percataba asimismo de que la representación figurativa dibujada a mano, sensible y expresiva, incluso cuando se filtraba a través de calcos y líneas

entintadas, estaba perdiendo crédito en el mundo del arte serio.

Cuando Dorfsman decía que estaba buscando un estilo que se asemejase más al arte que a la ilustración, lo que en realidad quería decir era que quería algo que un público masivo reconociese al instante como «artístico», justamente lo que cualquier vanguardista que se preciase sabría evitar. Ya en 1948, el nuevo enfoque «matemático» y procedimental de John Cage estaba siendo explícitamente contrastado con el viejo modo de Shahn, más «comunicativo», lo cual suponía elegir entre dos de los héroes de Warhol. Y este sabía quién ocuparía el primer puesto: «¿Sabes quiénes me parecen muy interesantes?… Ya lo sabes, John Cage y Merce Cunningham. John Cage es realmente el responsable de mucho de lo que está pasando», opinaba él justo cuando su carrera en el pop art estaba comenzando.

Las anticuadas ilustraciones de Warhol tenían, no obstante, un novedoso atractivo comercial que queda patente en una anécdota relatada por su amigo Philip Pearlstein. Justo después de la llegada de ambos a Nueva York, este logró mostrar su propio *portfolio* a Brodóvich, de *Harper's Bazaar*, y recibió esta respuesta de aquel hombre tan influyente: «Jamás podría contratarlo ni siquiera para hacer maquetas. Su virilidad se revela en todo lo que toca». Fue la falta de virilidad de Warhol —incluso su antivirilidad— la que contribuyó a que tuviese más éxito que su compañero de piso.

«"Que pierde aceite". Eso es lo que solía decirse de alguien como Andy. La expresión significaba muy amanerado, muy afectado, muy delicado, muy… afeminado», recordaba uno de los mejores amigos gais de Warhol de principios de los años cincuenta. Muchos clientes y colegas empleaban ese mismo término, «afeminado», para describir a Warhol y su obra, incluido uno que lo retrataba como alguien dotado de «un carácter infantil, afeminado, dulce […] y ese era también el carácter de sus obras. Eran ligeras, tenían un gran encanto». Conforme transcurría la década, Warhol intentaba salir de la sombra de Ben Shahn, reemplazando la determinación magníficamente viril de este, muy adecuada para ilustrar un programa de radio sobre las drogas, por una versión caprichosa, incluso amanerada, del estilo que resultaba ideal para los productos de belleza y el calzado femeninos. Esos temas se adueñaron casi por completo del oficio de Warhol. Puede que incluso diera la sensación de que, en un mundo en el que los ilustradores de moda eran casi todos hombres, nuestro artista tenía más éxito a la hora de plasmar la sensibilidad femenina que en teoría poseían las lectoras y compradoras. El propio hermano de Warhol hacía referencia a la feminidad de la firma que su madre había ideado para él. Es evidente que su estilo falsamente naíf debe mucho a las obras extremadamente aniñadas de Carol Blanchard, esa artista e

ilustradora a la que había idolatrado en sus tiempos como estudiante y con la que había trabado amistad en Nueva York, donde era una de las pocas mujeres en el panorama comercial. Sus anuncios singularmente excéntricos para los grandes almacenes Lord & Taylor eran precedentes cercanos, en la moda femenina, de la campaña explícitamente «amanerada» que Warhol hizo más tarde para los zapatos I. Miller.

A mediados de los años cincuenta, la editora y directora de *American Girl*, la selecta publicación mensual de las girl scouts, veía en Warhol al perfecto ilustrador para las historias de la revista sobre el poder de las princesas, que acompañaba con dibujos realizados con un trazo especialmente delicado y lavado en rosa y malva. Mientras tanto, en ese mismo momento, cuando recibía encargos para ilustrar moda masculina para la varonil *Esquire*, famosa por sus pósteres, adoptaba una técnica analítica y sobria que no tenía prácticamente nada en común con sus trabajos para las revistas femeninas. Warhol comprendía asimismo sus asunciones de género, por lo que sintonizaba con perspicacia en todo momento con las necesidades de sus clientes. «Andy tenía una sensibilidad excepcional para lo delicado, lo femenino», decía un director artístico que lo contrató para trabajar en una campaña de compresas higiénicas. Según el estudioso Richard Meyer, «las obras comerciales de Warhol no iban dirigidas simplemente a las consumidoras; representaban un mundo feminizado».

Nuestro artista estaba tan absorto en lo femenino que, en 1953, una carta de rechazo de dos folletos que estaba enviando a las editoriales neoyorquinas iba dirigida a la «señorita Andie Warhol», claramente en respuesta al estilo aniñado de los libritos y a la ortografía femenina del nombre de pila que él mismo había empleado en su presentación. En torno a esa misma época, cuando un director de arte preguntó a un colega por «la rubia aspirante a ilustradora» que acababa de pasar por allí, la respuesta entre risas fue: «No era una tía. Tengo su nombre por aquí… esto… Andy Warhol». Los detalles de la anécdota se antojan inverosímiles —el artista no era ni de lejos esa clase de transgresor de género—, pero ponen de manifiesto que los «tíos normales» lo recordaban como alguien que no era lo bastante masculino.

Si el estilo *queer* de Warhol encajaba de algún modo en el mundo de las revistas, prácticamente no tenía cabida en las bellas artes, que era donde él quería acabar. A principios de los años cincuenta, con el machismo del expresionismo abstracto campando a sus anchas —*Life* había dado mucha cancha a Jackson Pollock y sus colegas Los Irascibles—, Warhol contaba como un personaje muy marginal cuando reconoció el potencial vanguardista de la cultura homosexual. Todavía en 1968, Abbie Hoffman, el presunto revolucionario, seguía

tachándolo de «marica», al tiempo que reconocía que, en una cultura que se había tornado absolutamente permisiva, la homosexualidad era la última zona prohibida que le faltaba explorar a un radical.

En los años cincuenta, Warhol se percató de que la inversión en esa nueva clase de contenidos radicales, en los que prácticamente nadie se había aventurado hasta entonces, podía ayudarle a romper con el estilo artístico convencional que todavía continuaba empleando. Decidió cultivar un arte plástico que fuese inequívocamente, e incluso escandalosamente, homosexual, lo cual implicaba adentrarse en un territorio posmoderno inexplorado. En él habitaría durante las décadas siguientes.

Con su madre en su piso del sur de Lexington Avenue.

8
1952–1954

LA GALERÍA HUGO Y UN HOMENAJE A CAPOTE | AL SUR DE LEXINGTON AVENUE | LOS GATOS | EL PRIMER NOVIO | LA PRIMERA PELUCA

«Sabía que las cosas te iban bien, pero no sabía que tenías un gatito».

«Yo solía enfadarme mucho con él porque pensaba que en realidad no estaba empleando todos sus talentos y que lo cierto era que tenía muchísimo más que ofrecer que esos materiales comerciales —recordaba Leila Davies, la compañera de piso de Warhol de la comuna de la calle Ciento tres—. Y él se encogía de hombros y decía: "Sí, pero necesito ganar dinero y necesito tener éxito"». Por el verano de 1952, Warhol creía estar cubriendo lo suficientemente bien ambas necesidades para ir a la caza de su primera exposición en una galería, todavía ataviado como Andy el Andrajoso.

«Ese joven, de aspecto desaliñado y con la cara llena de granos, entró en la galería y me preguntó: "¿Le gustaría ver mis trabajos?" —contaba David Mann, un marchante que lo recibió—. Parecía un recién llegado; iba muy mal vestido y llevaba un *portfolio* roto bajo el brazo». Pero lo que contenía este tenía la suficiente calidad para granjearle un hueco, al menos en una exposición conjunta con otro principiante en el mundo del arte y siempre que Warhol estuviese dispuesto a pagar cien dólares para cubrir los gastos, en un espacio que un amigo suyo describió en realidad como una «galería de las vanidades».

«Andy Warhol: Quince dibujos basados en las obras de Truman Capote» se inauguró el 26 de junio de 1952 en la galería Hugo de Manhattan. El nombre del joven artista, que se presentaba en aquel mundo por primera vez y aparecía bien visible en la invitación, se estaba alineando con uno de los pocos gais famosos de la escena. Warhol afirmaba haber hecho en realidad los dibujos para atraer el interés de Capote la primera vez que lo llamó, lo cual seguramente ocurrió esa primavera. Aunque el escritor no mostró interés alguno en ver los dibujos, Warhol aseguraba que la madre de este estaba lo bastante intrigada para invitarlo a subir a su piso en aquel primer encuentro. Una vez inaugurada la exposición, parece que atrajo tanto

a Capote como a su madre y que a ambos les gustó la obra. David Mann decía que el escritor confiaba en realidad en que su editor utilizase los dibujos para ilustrar futuras ediciones de *Otras voces*.

La exposición duró solo tres semanas, como una incorporación de última hora al final de la temporada de primavera, aunque en realidad Warhol había confiado en conseguir un espacio para el invierno siguiente. Y lo que es peor aún, en lugar de ocupar la zona principal, se encajonó en una sala interior gestionada por la librería del piso de arriba. No se vendió nada y encima la muestra fue apaleada por la crítica. Sin embargo, todos esos aspectos negativos se vieron compensados por la sorprendente prominencia del lugar en que el bisoño artista se las había ingeniado para colarse, que era mejor que cualquiera de los espacios en los que Warhol expondría a lo largo de la década siguiente. La galería Hugo, que llevaba el nombre de la adinerada Madame Hugo, alias la Duquesa de Gramont, era un negocio de ocho años de antigüedad con una excelente reputación. Ocupaba el piso superior de una casa de la calle Cincuenta y cinco, a unas pocas puertas de distancia del bar Winslow, frecuentado por Warhol. Sus paredes estaban cubiertas de terciopelo azul, el perfecto fondo decadente para las sórdidas obras de nuestro artista, así como para las excentricidades del fundador de la galería, Alexander Iolas. Este bailarín de ballet retirado había gozado de cierta fama en su momento y había salido tan ostentosamente del armario que, incluso en 2014, era descrito como un «big bang afeminado cuyas amariposadas ondas expansivas de largo alcance todavía continúan vibrando». Marcel Duchamp era un admirador suyo, y la galería era una favorita de los marchantes Eleanor Ward y Leo Castelli, que más tarde representarían a Warhol, como volvería a hacer Iolas en 1987, cuando organizó su última exposición, al igual que montara la primera.

Iolas aseguraba que había conocido a Warhol en la calle como un atractivo excéntrico que lo había abordado, y él le había pedido que visitase la galería con su *portfolio*. Al verlo, Iolas supuestamente dijo (aunque es probable que no sea cierto): «Estimado señor, hasta este día ha sido usted un diseñador de zapatos. Desde este instante tiene que empezar a trabajar en su propia exposición en la galería Hugo».

Warhol habría identificado ya la galería como un refugio para artistas de renombre del movimiento moderno europeo como Georges Braque, Max Ernst y René Magritte, así como para sus héroes gais Jean Cocteau y Pável Chelishchev. En ella exhibían asimismo artistas marginales y sus allegados, como Joseph Cornell, a quien Warhol conocía de sus exposiciones en Outlines, en Pittsburgh, y posteriormente a través de un amigo común. *The New York Sun* había dado una amplia cobertura a la notoriamente extravagante muestra

colectiva llamada «Llamas de sangre», describiéndola como «el extremo del extremo, diseñada para desconcertar al mundo, lo cual lograba a la perfección»; mientras que la crítica de *The New York Times* de esa misma exposición llevaba por título «Modernidad rampante». Nada podía haber despertado tanto entusiasmo en Warhol como una galería con una reputación como aquella.

No sabemos gran cosa sobre los cuadros que Warhol incluyó en su exposición sobre Capote, excepto que eran dibujos de *blotted line* con lavados de color. La exposición cosechó dos escuetas reseñas, ambas bastante negativas. Sus descripciones hacen patente que al menos algunos de los nuevos dibujos tenían el pícaro atractivo sexual de las pinturas que Warhol hacía de chicos hermosos de esa misma época.

Según la reseña de *ARTnews*, los dibujos de nuestro artista estaban llenos de chicos, marimachos y mariposas realizados «con contornos tenues» y salpicados de «magenta o violeta», y salían mal parados en la comparación con las obras de su compañero de galería, más viriles y ejecutadas con «trazos negros, libres y fuertes» que representaban temas tales como «gatos engreídos merodeando y contoneándose». (Es posible que Warhol empezara a poner en circulación sus propios dibujos de felinos al ver la acogida que habían tenido los gatos de su rival). Para el crítico de *Art Digest*, sus «frágiles impresiones» eran «menos impresionantes en conjunto» que los dibujos «picassianos, neoclásicos y de poses expansivas» del otro artista de la galería Hugo. Las imágenes de Warhol, decía, tenían «un aire de preciosismo, de perversidad cuidadosamente estudiada», que recordaba a Beardsley, Demuth y Cocteau; todo esto era, por supuesto, código homófobo para referirse al contenido y la forma gais de las imágenes de Warhol. El joven artista conservó copias de los recortes de periódico, si bien decidió no mencionar la exposición en una lista de logros —específicamente como «artista»— que envió ese verano al Tech.

Pero las malas críticas no bastaron, ni entonces ni nunca, para que Warhol cambiara de parecer ni de estilo artístico. Sabía perfectamente que su contenido homosexual tenía un potencial vanguardista. Había visto indicios del mismo en Demuth y en el grupo de Black Mountain College. Continuó apostando por los mismos temas casi con ingenuidad, aun cuando estos tardaran al menos una década en llevarlo a alguna parte. Con frecuencia se considera a Warhol un maquinador y un arribista, pero lo cierto es que estuvo dispuesto a defender el arte en el que creía incluso cuando ello no le beneficiaba ni a él ni a su carrera. Así fue hasta el momento de su muerte.

Por la época de la exposición en la Hugo, o tal vez incluso un poco antes, Warhol intentó utilizar sus imágenes homoeróticas para acercarse furtivamente a la galería Tanager, uno de los apasionantes espacios cooperativos de la ciudad. Entre sus miembros figuraban

varios antiguos compañeros de clase, y aunque en ella imperaba una tendencia general hacia el expresionismo abstracto varonil, había asimismo bastante arte figurativo y varias integrantes femeninas. Joe Groell, que formaba parte de la cooperativa, recordaba que Warhol se le acercó con imágenes de chicos besándose que lo «violentaron», como decía haberse sentido en los bares por las maneras afeminadas de su compañero de piso. Él y otro miembro juzgaban que los cuadros de Warhol «no eran algo con lo que queríamos que se asociase la galería».

Ese rechazo no hizo cejar a nuestro artista en su empeño por entrar en la Tanager el invierno siguiente, una vez más con la misma clase de imágenes de chicos con chicos. En esa ocasión se presentó en la galería sin previo aviso y le enseñó su *portfolio* a un miembro llamado George Ortman. Este no conocía a Warhol, pero seis décadas después todavía tenía un nítido recuerdo de las imágenes que le mostró: «Dos figuras masculinas completas abrazándose». Recordaba asimismo haberle dicho que no había forma alguna de exhibir tales imágenes en la Tanager y que, en cualquier caso, la galería se dedicaba básicamente al arte abstracto.

Aquello todavía no bastó para disuadir a Warhol. Más de un lustro después, cuando Philip Pearlstein ya se había incorporado a la Tanager y había hecho una exposición que cosechó una crítica contundente de *The New York Times* —con una gran reproducción, nada menos—, Warhol compró una de las obras y pidió a su antiguo compañero de piso que intercediera por él una vez más ante el resto de los miembros de la galería. Pearlstein hizo cuanto pudo, dijo, pero el *portfolio*, que seguía conteniendo imágenes de chicos «cada uno con la lengua en la boca del otro», se encontró con la oposición abrumadora de los demás integrantes de la galería, «de orientación machista». El tema de Warhol, decía su amigo, era «totalmente inaceptable […] De Kooning era el pez gordo» —su estudio estaba en la puerta de al lado, de hecho—, por lo que allí solo podían funcionar los temas «más neutrales». Warhol culpó de su rechazo al poco entusiasta arte de vender de Pearlstein, quien contaría que aquel incidente había acabado con su amistad.

Nuestro artista tendría que esperar hasta alcanzar la celebridad nacional como pintor pop, y luego hasta el comienzo de su trabajo en el cine, para que el arte homosexual le granjease una acogida decente.

En la primavera de 1953, si querías guiar a tus amigos hasta el minúsculo edificio de apartamentos del número 242 de Lexington Avenue, en el lado oeste de la vía entre las calles Treinta y cuatro y Treinta y cinco, les indicabas que buscasen el bar de mala muerte

llamado Florence's, también conocido como Pin-Up Room («Sala de los Pósteres»), que estaba decorado con carteles, de ahí su nombre. Florence's, conocido por sus mujeres fáciles, tenía tanta fama que se granjeó un puesto en el capítulo dedicado a las prostitutas de un libro titulado *New York Unexpurgated: An Amoral Guide for the Jaded, Tired, Evil, Non-conforming, Corrupt, Condemned, and the Curious, Humans and Otherwise, to Under Underground Manhattan*. Pero era asimismo un garito al que acudía la gente culta deseosa de visitar los barrios bajos. Durante unos pocos meses de 1955, la cantante Mabel Mercer aparecía por allí con las canciones modernas de Alec Wilder. El lugar había salido incluso en un anuncio de Pepsi como un «famoso restaurante» en el que las estrellas bebían su cola favorita. Ocupaba, asimismo, el sótano del bloque en el que Andy Warhol vivió y trabajó los siete últimos años de la década de 1950. El estilizado edificio había sido diseñado originalmente con cierta elegancia pulcra, pero, cuando nuestro artista se mudó allí, atravesaba tiempos difíciles: el yeso estaba resquebrajado y había bombillas al aire en los pasillos.

En abril de 1953 se habían cumplido los dos años de arrendamiento de Warhol en la calle Setenta y cinco y le subían el alquiler, de modo que recurrió una vez más a sus contactos de Pittsburgh para encontrar un nuevo apartamento. Antes de que lo ocupara él, el cuarto piso sin ascensor de Lexington había albergado durante unos cuantos meses a Pearlstein y Dorothy Cantor justo antes de casarse, y después a su amigo de la universidad Leonard Kessler, que estaba empezando a descollar como ilustrador de libros. Este mantuvo el contrato de alquiler y subarrendó el apartamento a Warhol con la condición de poder seguir utilizando una habitación como estudio, al que acudiría desde su nuevo hogar en Queens durante el día, cuando nuestro artista solía estar fuera, a la caza de contratos.

A veces, Kessler y Warhol coincidían allí, animados a «tabajar, tabajar, tabajar», en palabras de Julia Warhola, que los recompensaba con un almuerzo a base de chucrut guisado al estilo de su país: «Preparo *kapusta,* la *kapusta* sienta bien», solía decir, incluso en los días más calurosos del verano. Para ella, el trabajo como autónomo de su hijo era un mero sustituto provisional por la falta de un empleo propiamente dicho en Nueva York; afirmaba que Andy ganaba lo justo para vivir y nada más.

Desde su nueva morada, Warhol tenía ahora solamente un paseo de ocho minutos hasta sus directores artísticos en Condé Nast, unos pocos más hasta ese «desfile *queer*» de las calles Cuarenta en adelante, y luego solo un poquito más hasta la galería Hugo, el bar Winslow y el Café Nicholson. Su nuevo barrio se llamaba Murray Hill, que era también su prefijo telefónico, sustituido por Warhol en algunos artículos de papelería por «Murry Hell». Durante un siglo

aproximadamente había sido un elegante barrio residencial de mansiones y casas adosadas, pero, cuando el artista se mudó allí, se alzaban por doquier modernos bloques de apartamentos. Uno de ellos ocupa hoy el lugar donde estaba su edificio.

El alquiler era algo inferior a cien dólares, que a la madre de Warhol le parecía «muy caro», pero probablemente no lo era. Ella se quejaba también de que tenía que subir los cuatro pisos de escaleras cargada con la compra. Una ventaja del nuevo apartamento era que estaba unas cuarenta manzanas más cerca de su iglesia bizantina, sita en la calle Treinta y siete Este. Se estaba construyendo un nuevo edificio, muy moderno, para la iglesia en la calle Quince justamente cuando nuestro artista vivía en Murray Hill. Los donativos semanales de Julia ayudaban a levantarla y se sabe que Warhol también contribuía, e incluso acudía allí con ella en autobús.

El apartamento compartido por madre e hijo constaba de cuatro estrechas habitaciones en hilera con chimeneas y elegantes molduras, que ocupaba toda la planta superior. Dormían en un par de piezas pequeñas al fondo, detrás de la cocina, en colchones individuales sobre el suelo. Aparte de una lámina enmarcada de una mariposa que había hecho Warhol, la decoración era escasa y un tanto remilgada: colchas de felpilla, algunas alfombras bordadas, unos pocos almohadones y una vieja mandolina.

En el otro extremo del apartamento, un salón luminoso con una hilera de grandes ventanas que daban a la avenida funcionaba como estudio de Warhol. Un cliente que lo visitó recordaba ese espacio delantero «como una cueva de murciélagos: una habitación curiosa, llena de cajas y cosas por el estilo, y ni un solo mueble. Y como escritorio usaba una puerta que había desmontado de una pared y apoyado sobre dos caballetes. Trabajaba también mientras estábamos allí, sentado en una caja de máquina de escribir, lo cual resultaba curioso». La mesa de trabajo de Warhol tenía un par de grandes flexos en un extremo y, junto a ellos, sobre un viejo taburete, había un pequeño televisor, siempre encendido. Cualquiera de sus ayudantes se sentaba al lado en una auténtica mesa de dibujo, y trabajaba con «pinceles que eran tan viejos que solo tenían tres pelos, pero él no quería comprar otros nuevos», decía uno de ellos. Las imágenes se calcaban de revistas —*Life* era una de las favoritas— y luego se ampliaban si era necesario con un proyector de opacos. Una vez que empezaron a proliferar realmente los encargos de Warhol, el desorden fue increíble. El suelo del estudio estaba cubierto de una gruesa capa de imágenes y dibujos originales apilados, desechados una vez que habían sido calcados con tinta y emborronados. Recibían un toque final de tinta china de los frascos derribados por los gatos siameses del estudio. Todavía se conservan las huellas de garras en algunas de las

obras realizadas en el apartamento de Lexington.

«Los gatos andaban por todas partes. Nadie tenía tiempo de adiestrarlos —recordaba un visitante frecuente—. Dejaban extrementos en la mesa de dibujo, en la bañera, por todos lados. La pobre madre de Andy estaba siempre limpiando detrás de los gatos. Las camas tenían que cubrirse con plásticos. ¡Y el olor…!». Esos gatos son los más famosos compañeros de piso de Warhol, aunque su número preciso varía según la fuente.

El primer gato que tuvo parece que llegó en el verano de 1951, al apartamento de la calle Setenta y cinco, infestado de bichos, cuando su amigo Tommy Jackson se sorprendió al descubrirlo allí: «Sabía que las cosas te iban bien, pero no sabía que tenías un gatito», escribió en una de sus postales a Warhol. Esa mascota fue probablemente el gato macho que nuestro artista decía que se ponía bizco con el sonido de los coches de bomberos cercanos, lo cual suena a la clásica invención warholiana, si bien es cierto que el parque de bomberos sigue estando en la calle Setenta y cinco, justo enfrente de donde vivían. «Era un gato increíblemente tonto, extraño y de aspecto deforme», recordaba un novio de Warhol. Ese gato macho, llamado Sam, estaba en compañía de la famosa Hester, que el artista se enorgullecía de tener encaramada a su hombro mientras cumplía sus primeros contratos en ese minúsculo piso. Ella era la materfamilias responsable de las dificultades maltusianas de Warhol.

Casi con seguridad, no hubo nunca veinticinco felinos warholianos, pues solo se exhiben diecisiete incluso en el famoso *25 Cats Name Sam and One Blue Pussy*, el librito cuyo título dio lugar a esa cifra hoy mítica. La superpoblación felina de Lexington duró unos pocos años a lo sumo, y solo algunas veces fue tan descabellada como se ha dicho. Las minúsculas biografías que Warhol facilitaba para la página de colaboradores de la revista *Interiors* hablan desde los ocho gatos en 1953 hasta los diez en 1954 y, a principios de 1958, cuenta a las lectoras de *American Girl* que su recuento de siameses llegó en cierta ocasión a diecisiete (un número mencionado por varios amigos de Warhol), pero había descendido a los tres. Un amigo y eventual asistente artístico decía que había oído hablar de nueve Sams anteriores —Warhol era ahorrador en cuestión de nombres—, aunque cuando él llegó, a finales de 1957, el número ya se había reducido a dos, aparentemente el Sam original y Hester (alias Sama). La idea de Warhol para el control de la natalidad felina consistía en envolver con un jersey viejo el bajo vientre de la gata. Gustaba de decir que la había recibido de Gloria Swanson, pero su hermano menciona en su lugar a la sirvienta de esta, sin que nadie explique cómo se produjo ese contacto temprano con la estrella de cine. Hester mordía con ganas, pero Julia Warhola todavía lamentaba su muerte en un libro

titulado *Holy Cats by Andy Warhol's Mother*, con una dedicatoria a «mi pequeña Hester, que se fue al cielo de los gatitos». (Ese libro tampoco se vendió). Tres décadas después, cuando Warhol incluyó en sus diarios una sentida mención a la muerte de la gata, parece como si el libro y las lágrimas fuesen realmente suyos: «Fue entonces cuando dejé de preocuparme», dijo. La verdad es que hay momentos en los que Julia Warhola da la impresión de ser antigatos.

Madre e hijo parecen haber tenido la disparatada idea de que su manada de felinos sería una fuente de dinero. Aunque los gatos eran conocidos por sus neurosis, siendo el fruto del «incesto dentro del incesto», Warhol confiaba en conseguir diez dólares por cachorro, una suma considerable por un gato en los años cincuenta, y llegó a vender al menos unos cuantos. No obstante, el descenso de su población felina a lo largo de esa década parece haber obedecido principalmente a una constante salida de gatitos que él entregaba como «regalos», bienvenidos o no, pero mencionados por casi todos los amigos de aquella época, así como por clientes y meros conocidos. Julia Warhola reconocía a simple vista a cada uno de los gatos a su cargo —«ese es el Sam bueno, ese es el Sam malo, ese es el Sam tonto»—, y todavía continuaba viviendo con uno de los primeros Sams en 1969, cuando una factura de veterinario lo registra como «felino siamés macho, veinte años, Sam». Pero puede que los gatos estuviesen en plena forma, y fuesen menos malolientes, en los montones de ilustraciones que su hijo hizo de ellos. Fueron sus musas —o «miausas»— más constantes en los años cincuenta.

Como tantas otras veces, a través de sus gatos Warhol estaba conectando con la cultura circundante. Estos felinos, y especialmente los siameses, estaban de moda por aquel entonces. Ya en 1949, en Pittsburgh, los grandes almacenes Horne habían promocionado mucho un nuevo libro sobre gatos del ilustrador infantil Tony Palazzo y, hacia el final de la década de 1950, para la obra *25 Cats Name Sam* el propio Warhol estaba copiando sus imágenes de un par de libros de fotos de felinos, uno de los cuales trataba íntegramente de un gato llamado también Sam.

En su obra temprana, Warhol corría el riesgo de parecer poco original cuando se inspiraba en otros. En cierta ocasión presentó como propios unos dibujos ajenos y lo pillaron. Su eureka llegó una década después, cuando descubrió que, copiando sus modelos más fiel y abiertamente, podría convertir el vicio de la falta de originalidad en una apropiación virtuosa. Una *Sopa Campbell's* de Warhol era casi exactamente igual que las latas originales, y eso la dotaba en realidad de un significado muy novedoso en la cultura del arte moderno.

El traslado de Warhol a Lexington Avenue coincidió con un paso adelante en su vida amorosa. Su nuevo amante era un iowano de veinte años llamado Carlton Alfred Willers, al que insistía en llamar Alfred porque disfrutaba el hecho de compartir así las mismas iniciales. Willers se había mudado a Nueva York en el verano de 1953 y había conseguido un empleo en la vasta colección de imágenes de la Biblioteca Pública de Nueva York. Los neoyorquinos la examinaban —y lo siguen haciendo— en busca de imágenes de cualquier tema bajo el sol, que los bibliotecarios habían recortado de toda clase de publicaciones. El gran Joseph Cornell era un asiduo —lo invitaban a proyectar allí sus películas de arte—, así como también su admirador Andy Warhol, que escudriñaba la colección en busca de imágenes en las que basar sus dibujos.

«Ah, simplemente vas a la Biblioteca Pública y te llevas todas las imágenes que quieres —le contaba Warhol a un amigo—, y dices que las has perdido o que se han quemado. Y solo tienes que pagar dos centavos por cada una». Willers, que ayudaba al director de la colección de imágenes, recordaba que su entonces novio pagaba cientos de dólares en multas, pero nunca le prohibían seguir con los préstamos, ni siquiera hacia finales de la década, cuando el investigador especial de la biblioteca iba tras él.

Warhol dio el primer paso en su relación invitando a Willers al «muy elegante» pícnic comunal celebrado de noche en Central Park. Estuvieron muy unidos los años siguientes, consumiendo juntos alta cultura. Visitaban las galerías —«Andy quería saber lo que se cocía y dónde podría exponer sus propias obras»—, frecuentaban «lugares literarios» como el Café Nicholson, asistían a numerosos recitales de poesía e iban al teatro, una de las aficiones favoritas de Warhol, para ver un espectáculo tan sobrio como *La santa de la calle Bleecker*, de Gian Carlo Menotti. Al igual que «el 80 o 90 por ciento del mundo gay», seguían el rastro de Balanchine en el New York City Ballet. Warhol, recordaba Willers, «tenía un gusto innato, no algo aprendido o fingido».

Warhol y Willers eran íntimos. A veces se dice incluso que él fue el primer amante del artista, principalmente porque este declaró en cierta ocasión que fue virgen hasta los veinticinco, aunque la virginidad es siempre un concepto complicado y «veinticinco años» es uno de esos números redondos que siempre deberían resultar sospechosos. Virginal o no, Warhol era claramente pésimo en la cama, tal como lo describía su amigo Willers y como lo considerarían sus amantes durante el resto de su vida. «Desde luego, no era nada apasionado. Sentía más pasión por la comida y el comer», aseguraba Willers. O más bien, como este aclaraba, la pasión de su novio era por la gente guapa que poseía y frecuentaba ciertos restaurantes. Incluso

después de mucha persuasión, añadía, Warhol apenas era capaz de gestionar la intimidad, lo cual no resulta tan sorprendente habida cuenta de la vergüenza y el peligro que habían acompañado al sexo gay durante toda la juventud de nuestro artista en Pittsburgh.

A Warhol se le daba mejor mirar que tocar, y quizá mejor mirar cuando estaba implicado el arte. Hizo que Willers posara para él, desnudo, «tumbado como Truman Capote», para una extensa serie de lienzos en los que aumentó de escala su técnica de la *blotted line* hasta el tamaño de la pintura. Solo uno de las docenas de cuadros de Willers parece haber sobrevivido, más otros pocos ejemplos tempranos de esta técnica sobre lienzo, que demuestran que en realidad no soporta esa escala. Warhol hizo bien en abandonar la práctica.

Willers nos ofrece una idea inusual de la vida mental de nuestro artista. Decía que, de vez en cuando, en momentos íntimos en los que ambos se estaban abrazando, Warhol lloraba. Le contaba que había estado pensando en algún episodio triste de su pasado, pero parece igual de probable que tuviera una vena depresiva crónica que pocos llegaban a percibir, a menos que estudiaran con detalle su arte, que posee con frecuencia una nota lastimera.

Como compañero de cama, al menos ocasional, de Warhol, Willers fue uno de los últimos amigos en ver su pelo o lo poco que quedaba de él. «Solíamos ir a cenas muy agradables con gente prestigiosa y muy simpática, y él no se quitaba el sombrero. Ni siquiera se quitaba la gorra en el teatro. Un día le dije: "Andy, ¿por qué no te compras un peluquín o algo por el estilo?". En efecto, lo hizo. Fue a algún sitio y consiguió un peluquín muy bonito y que le sentaba bien. Le quedaba genial. Parecía su pelo auténtico». En la foto de Warhol con pose sexy en la cama, este luce una mata de pelo sospechosamente más espeso y más oscuro que en las fotografías de unos años antes.

Gracias a Willers, conocemos numerosos detalles de la vida cotidiana de Warhol a mediados de los años cincuenta. El artista se levantaba tarde y trabajaba hasta altas horas de la madrugada, con una dieta a base de dulces y *éclairs*, relámpagos que engullía en cuanto llegaba a casa: «Le gustaba el helado y gracias a él aguantaba a veces las noches». A lo largo de la década siguiente, sus papeles incluyen pilas de recetas de postres, especialmente los deliciosamente rosados de la cadena Colette French Pastry, de la fama del trianon de chocolate. Hay muy pocas recetas de comida. A Warhol le preocupaba engordar y, a los pocos años, estuvo yendo a un centro para perder peso. Durante algún tiempo decidió restringir su dieta al chocolate y a los aguacates, que se habían puesto de moda recientemente, la «fruta semitropical con intenso sabor a nueces» y sobre la que *The New York Times* todavía estaba explicando a sus lectores el verano en que Warhol se mudó a Lexington Avenue. Julia Warhola trituraba la «pera

de cocodrilo» de su hijo y la servía en un «vaso de café de diez centavos de Woolworth mientras maldecía a su hijo en checo».

Willers acudía casi cada noche al nuevo apartamento de nuestro artista en Lexington, y Otto Fenn hizo tiernas y encantadoras fotos de ambos en la cama: Willers completamente desnudo y Warhol blindado con pantalones, camisa de vestir y chaleco de lana. (Con un gato siamés formaban un *ménage à trois*). Julia Warhola tenía cariño al nuevo amigo de su hijo. Ambos fueron juntos a una bendición de la cesta de Pascua y ella lloraría unos años después cuando Willers no la invitó a celebrar su (efímero) matrimonio con una mujer.

En Lexington, Willers ayudaba a su novio, que era adicto al trabajo, a completar los interminables encargos que tenía entre manos y con los que ya estaba ganando «montones de dinero».

Mientras trabajaba, Warhol nunca dejaba de ver la televisión, recordaba Willers evocando la multitarea del artista en su infancia: «A veces tenía encendidos la televisión y el tocadiscos y trabajaba en medio de todo aquello».

Los discos que escuchaba eran comedias musicales, que sonaban en una repetición infinita dondequiera y cuandoquiera que Warhol estuviera trabajando. (En los años sesenta, los musicales fueron sustituidos por el rocanrol, por canciones R&B y ópera, que sonaban machaconamente). «Recuerdo haber escuchado mil veces *The Golden Apple*», decía Willers en referencia a un musical de 1954 con aspiraciones de alta cultura. La música era de un compositor clásico y el libro localizaba la *Ilíada* y la *Odisea* de Homero en la Norteamérica de pequeñas ciudades hacia 1910. El espectáculo no atrajo al gran público, a pesar del éxito para la crítica y las élites neoyorquinas, entre las cuales, a esas alturas, debía de contarse a Warhol. Y, por supuesto, esa combinación de géneros superiores e inferiores llegó a ser crucial para la definición de su arte.

La combinación estaba presente asimismo en su afición a la televisión, mencionada por Willers. En los tiempos en que comenzó su obsesión con la televisión, que llevaba a Warhol a la caza de encargos comerciales de las cadenas, el medio no era aún la «caja tonta» de la cultura de masas en que se convertiría más tarde.

Al igual que el LP, la televisión comenzó su vida como un medio de prestigio. Un profesor universitario de Warhol había citado al augusto compositor moderno Virgil Thomson, a propósito de la promesa de la televisión, como «una nueva forma artística audiovisual». En la NBC en 1951, un año en que Warhol estaba ilustrando sus anuncios, los ejecutivos lanzaron la operación Lóbulos Frontales para alentar una programación que ilustrase a los espectadores de la cadena. La CBS, dirigida por un miembro del consejo del MoMA, William S. Paley, era conocida como la «cadena Tiffany» debido a su programación elitista,

que promocionaba la televisión como «el octavo arte» y lograba que gente como Stravinsky cantara sus alabanzas. Los títulos de Warhol para un melodrama de la CBS se incluyeron en un artículo sobre cómo la cadena estaba encargando trabajos a «artistas conocidos», lo cual demostraba una vez más que las ilustraciones de Warhol de los años cincuenta eran consideradas productos elitistas, muy alejados del arte comercial cotidiano… como las etiquetas de las latas de sopa.

Cuando el propio Warhol decidió producir auténticos programas de televisión, en los años setenta y ochenta, fue con recuerdos de esa etapa precedente, en un momento en que se consideraba un medio de comunicación de masas que encerraba la promesa de las bellas artes. Su idea de contenidos adecuados para un episodio de la MTV incluía segmentos sobre el ballet de vanguardia y la ópera de Mozart, seguidos por el actor homosexual Ian McKellen leyendo los más explícitos de entre los sonetos homoeróticos de Shakespeare.

- *Así va el mundo*, una comedia urbana de William Congreve que se estrenó en 1700.
- *Las tres hermanas* y *El huerto de los cerezos*, densos dramas escritos dos siglos después por Antón Chéjov.
- *El alma buena de Sezuán*, *El círculo de tiza caucasiano* y *Terror y miseria del Tercer Reich*, de Bertolt Brecht, las tres escritas mientras el dramaturgo radical escapaba de los nazis.

Esta era la cultura sustancial en la que estaba inmerso Andy Warhol durante sus primeros años de éxito en Nueva York, por muy loco por los gatos que pudiera haber estado también. Comenzando en torno al Día del Trabajo de 1953, en el piso superior de una casa adosada de la calle Doce en el corazón del Greenwich Village, un pequeño círculo de personas del teatro vislumbraban con regularidad los apetitos más cerebrales de Warhol.

Gracias a sus amigos del Tech George Klauber y Art y Lois Elias —esta había trabajado como actriz en Pittsburgh—, Warhol fue presentado a una sociedad no tan secreta de actores de agencias de publicidad que se reunían para leer obras teatrales que era improbable que se vieran en los escenarios.

El macartismo estaba en pleno auge y, para esa pandilla de izquierdistas con inquietudes culturales, indagar en el radicalismo teatral de una época anterior era una forma de resistencia a esa «etapa sofocante y aburrida de Estados Unidos», decía Bert Green, un director artístico y dramaturgo ocasional que contribuyó a poner en marcha dichas veladas teatrales. «Siempre estuvimos interesados en lo escandaloso […]. Cuando comenzamos con Brecht fue como ver la luz al final del túnel».

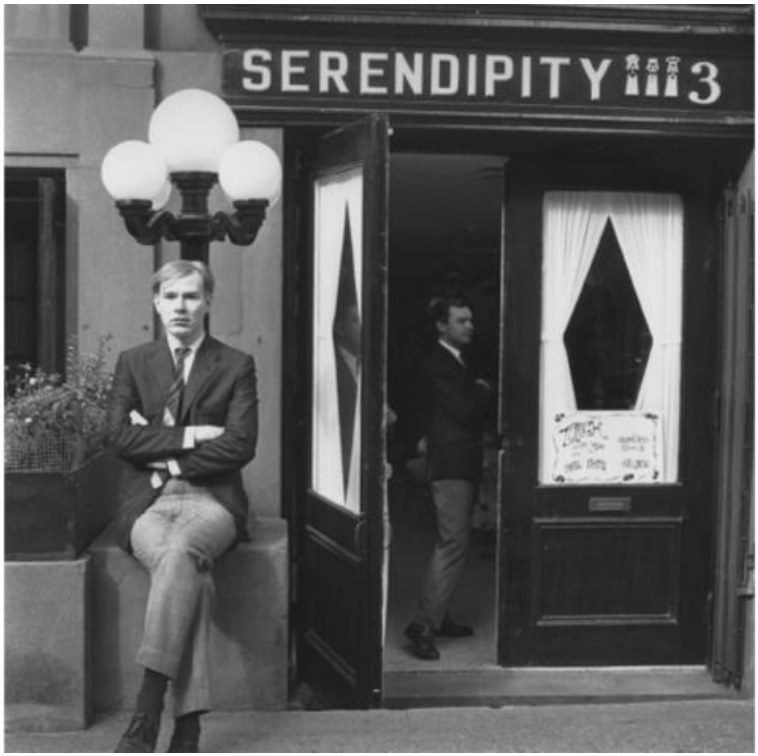
Las lecturas tenían lugar todos los lunes por la noche en el gran apartamento de Green, pero no tardaron mucho en convertirse en representaciones privadas de fin de semana, interpretadas a la vanguardista manera de por aquel entonces: con el público alrededor del escenario. Empezaron a aparecer personas ajenas, se alquilaron sillas adicionales, se publicaron anuncios en un periódico del Greenwich Village y se imprimió un folleto (diseñado por Warhol). «Éramos el comienzo mismo del teatro *off-Broadway*», decía Green.

De este modo se convirtió Warhol en uno de los autodenominados «actores de la calle Doce», si bien no exactamente el mejor de ellos. «Era un lector muy malo y un pésimo actor. No tenía voz ni capacidad alguna para proyectarla —aseguraba el anfitrión—. La incapacidad para leer delante de esa gente suponía un gran bochorno público, pero él no se avergonzaba en absoluto». Treinta años después, cuando era una celebridad con su propio programa de televisión, en las tomas descartadas aparece todavía metiendo la pata casi en cada frase, a pesar de los letreros apuntadores, en las que sigue básicamente sin inmutarse por su torpeza.

Warhol, el actor fracasado, contribuía en todo caso a levantar la moral del grupo. Hacía regalitos monos a sus compañeros de reparto: una muñequita dentro de una nuez vaciada, un reloj de Mickey Mouse, dibujos con mensajes como «Estoy contento de estar aquí esta noche». Y pronto descubrieron todos, incluido Warhol, que podía contribuir de una forma más práctica diseñando decorados para las nuevas obras que estaban escribiendo algunos de los miembros de la compañía. Utilizando los mínimos medios (fondos de papel sin costuras para fotografía y un bote de tinta china), Warhol evocaba los temas de cada espectáculo. Para una producción, diseñó un «restaurante de estilo moderno» con un piano de papel y una pared de retratos rudimentarios que imitaban hasta en sus marcos las caricaturas del Sardi's, el local frecuentado por los actores de Broadway. «Aquello era muy bidimensional, muy poco realista, muy estilizado», decía Green. Al dejar todas las costuras a la vista en sus producciones, la compañía apuntaba al artificio autoconsciente de Brecht. Ese interés en la alienación brechtiana fructificaría una década después, cuando Warhol perfeccionó sus inexpresivas obras pop, que no ocultaban los mecanismos de su ejecución. Incluso admitió su conocimiento de Brecht en su primera declaración importante sobre el pop art.

En lo que atañe a la labor de diseño de Warhol con los actores de la calle Doce, cabría decir que fue una víctima de su propio éxito. En menos de un año, las cosas marchaba tan bien en la casa de Green que la compañía decidió apostar más fuerte, contratando a profesores de dicción y puesta en escena. Eso implicaba que la actividad se estaba

volviendo demasiado seria y profesionalizada para nuestro artista, que simplemente deseaba «leer y escuchar». En febrero de 1954, los actores de la calle Doce participaron en un fin de semana semiprofesional en el elitista Club Nacional de las Artes, representando las obras para las que Warhol había diseñado. En agosto, el grupo, rebautizado como Teatro 12, se había granjeado unas críticas decentes en una sala *off-Broadway*, y Warhol ya se había desmarcado.



En su garito camp.

9
1954–1955

CAFÉ SERENDIPITY | FIESTAS PARA COLOREAR | *CAMP* | LA GALERÍA LOFT

«¡Oh, papel arrugado! ¡Dios mío! Andy, ¿crees que alguien va a comprar eso?».

La entrada no era de buen augurio: se encontraba bajo una vieja escalera de hierro y descendiendo al sótano de un bloque de seis pisos de la calle Cincuenta y ocho Este, no lejos del estudio de Otto Fenn y los locales frecuentados por Warhol, como el Café Nicholson y el bar Winslow. Sin embargo, una vez que realizabas el descenso a la oscuridad, se abría un mundo brillante como el de *Alicia en el país de las maravillas*.

Las paredes de arpillera estaban pintadas de blanco y reflejaban la luz sobre un conjunto de palmeras en macetas, sillas de madera curvada y elegantes mesas de bistró decoradas con porcelana blanca. Las lámparas de Tiffany salpicaban el lugar de brillantes colores, con sus mariposas de cristal revoloteando por la sala. Una de las raras cafeteras expreso que había en la ciudad (un antiguo «monstruo») relucía y silbaba en una esquina. Se trataba de la excéntrica cafetería llamada Serendipity 3, y una tarde de otoño de 1954, a las pocas semanas de su inauguración, se vio bajar sus escaleras por primera vez a un joven pálido con la ropa arrugada y gafas reticulares. A lo largo de los decenios siguientes, Andy Warhol descendería mil veces a esa madriguera.

«Fue una convergencia de pareceres; [Andy] era muy sensible y creativo», decía Stephen Bruce, uno de los tres jóvenes sensibles y creativos que habían fundado el local. A ellos se refería el «3» de su nombre, un trío de talentos en varios campos que habían comenzado horneando tartas de nueces en su apartamento compartido y luego abrieron el garito del sótano en una apuesta por profesionalizarse. Escogieron esa calle porque era conocida por varios restaurantes de moda, incluido el Café Nicholson, que atraía a un gentío procedente de las agencias de publicidad. El minúsculo garito del Serendipity, que servía solamente café y postres, confiaba en captar a esa misma clientela ofreciéndole una parada adicional antes o después de la cena.

Según la leyenda, los «chicos», como se conocía en todo momento a

los fundadores, descubrieron la palabra *serendipity* («serendipia») por un crucigrama. El término describía los placeres fortuitos que supuestamente encontrarías en su local, entre los montones de las baratijas «rezumantes de estilo victoriano» que recogían de la basura depositada en las aceras más elegantes de la ciudad. Toda la decoración estaba en venta, desde la vajilla de porcelana blanca hasta las mesas blancas que la sostenían, en tanto que las estanterías se abastecían con «tesoros» tales como plumeros antiguos e incluso, hecho exclusivamente para el café, un «inusual traje de baño para hombres […] fabricado siguiendo el viejo estilo de los bañadores de una pieza, con aberturas bajo los brazos y faldón delantero».

Warhol era adicto al capuchino —la bebida era todavía «un símbolo de sofisticación subversiva»— y llegó a ser tan asiduo del Serendipity que corrió la voz de que era copropietario. Ofrecía a los auténticos dueños las mejores ideas para la venta minorista (por ejemplo, que deberían vender ropa interior auténtica de las estrellas de Hollywood, tanto usada como nueva), pero probablemente fuese más útil como fuente de ingresos individual. En pocos años acumuló una cuenta anual de miles de dólares.

En un principio, el restaurante abría únicamente de cara a la noche y por eso, en su primera visita aquella tarde, Warhol se encontraba solo con Bruce en el local vacío, desplomado en una silla después del trauma de aquella visita matinal a Diana Vreeland en *Harper's Bazaar*, cuando había salido de su *portfolio* la legendaria cucaracha. (Debió de tratarse de un bicho extraordinariamente inquieto, pues Warhol contaba que había aparecido también en el despacho de la jefa de Vreeland, Carmel Snow). Tras sus meses con los actores de la calle Doce, nuestro artista debía de sentirse particularmente en casa en compañía de los tres elegantes artistas que habían fundado la cafetería y la pandilla de amigos actores que allí se congregaban. El local no tardó en acoger asimismo al mentor de Warhol, Otto Fenn, así como a sus ídolos Truman Capote, Tennessee Williams y el «adorable» fotógrafo Cecil Beaton, como lo describía Bruce, los tres invitados a cenar por Warhol en el Café Nicholson.

Bruce decía que el ambiente de su local era «muy afeminado», y de hecho su establecimiento era uno de los escenarios más abiertos para la cultura *queer* neoyorquina. Como decía un amigo de Warhol, «en el ambiente en el que nos movíamos, lo gay no significaba nada», pues prácticamente todos eran gais. Por la época en la que la cafetería abrió sus puertas, el círculo de Warhol comenzaba a parecer un Quién es Quién del Nueva York *queer*. Aparte de sus contactos con Capote y demás celebridades del Café Nicholson, estaba congregando a una serie de jóvenes talentos ferozmente ambiciosos: el diseñador textil Jack Lenor Larsen, el fabricante de joyas Kenneth Jay Lane y el

protegido de Balanchine, Jacques d'Amboise, así como Philippe Jullian, un escritor francés experto en antigüedades que llegó a ser el paladín de una estética neodecadente. (Participó en el renacimiento de Aubrey Beardsley y el *art nouveau*; Bruce exhibió su obra en el Serendipity y en cierta ocasión pidió a Jullian que diseñara unos naipes para la tienda). No todos esos hombres eran homosexuales, pero sí participaban todos de la nueva cultura de género fluido que el local fomentaba.

Bruce decía que Warhol había caído bajo el hechizo de «todos los jóvenes atractivos de la ciudad, incluido yo». En una visita, este estaba sentado dibujando, mientras Bruce, apenas un veinteañero a la sazón, organizaba los productos de la cafetería. El cuaderno de bocetos de Warhol, entregado como regalo al modelo el día mismo que lo completó, es maravillosamente tierno, como un soneto de Shakespeare ofrecido al joven hermoso. El artista garabateó «Guion escénico de ti, S. Bruce» en la tapa del cuaderno, tal vez en homenaje a su trabajo teatral en la calle Doce. Sus veinticuatro dibujos fluidos están abarrotados de corazones alados que aterrizan en los labios del modelo, en su entrepierna, en su corbata…, a la vez que registran el surtido de azucareros y las sillas de madera curvada e incluso al vendedor de hielo. Aunque la sesión fue fruto de la cuidadosa dirección artística de Warhol, que hizo adoptar a Bruce un repertorio de poses estudiadas, el efecto es desenfadado. Los dibujos fueron realizados con el recién inventado bolígrafo (más evidencias de la tecnofilia que acompañó al artista durante toda su vida, siempre una sorpresa en alguien que se resistía a la cultura de machos), que parece flotar sobre la página para besar cada tema que representa. «Era muy romántico, era un gran regalo de San Valentín», decía Bruce, aunque nunca sucumbió a su insinuación.

El siguiente enamoramiento de Warhol en el Serendipity fue de un artista de Wisconsin llamado Dudley Huppler, un visitante ocasional de Nueva York y un cliente de la cafetería que permaneció cerca de Warhol durante varios años y al que en ocasiones se señaló como su novio. (Aunque también podía ser un rival malévolo, pues una vez describió a nuestro artista como un «bobo agradable con nariz bulbosa. Terriblemente joven e inmaduro». Se volvió en contra de su amigo en la época pop).

Huppler era «bastante llamativo físicamente —decía un conocido de aquellos años—, bajo y fornido, un pequeño gallo de Bantam que parecía en verdad bien dotado. Alardeaba de follarse a todos los muchachos italianos del barrio».

En la época de la inauguración del Serendipity, antes de que Huppler y Warhol se hubieran conocido siquiera, ambos mantenían un contacto periódico por teléfono y correspondencia, gracias a una

especie de presentación por parte de Otto Fenn, que debió de haber reconocido en ambos el rasgo de la excentricidad. Incluso en esa fecha temprana, es evidente que la personalidad artística creada por Warhol era tan importante como su arte real; Huppler describía a su nuevo amigo en una carta:

> Si no acierto a explicar a Andy con demasiada claridad es porque todo él es una atmósfera deliciosa que no cobra forma. Escribe cartas de una sola frase o de hecho a veces nada en absoluto, pero cada vez que recibo una, algo se agita en mi interior. Siento una singularidad, una quintaesencia, una auténtica invención de la personalidad. Nunca lo he visto, pero he hablado con él por teléfono cuando me ofreció suficientes dibujos para empapelar una habitación y luego cuando le dije: «No, un gato», ¡mi elección de diecisiete siameses!

Las profundas raíces de Huppler en el mundo artístico sin duda lo hicieron especialmente merecedor de gatos a ojos de Warhol: había nacido once años antes que él, y ya en la década de los cuarenta había expuesto en el Instituto de Arte de Chicago y había aparecido en *View*, la prestigiosa revista surrealista fundada por los escritores Charles Henri Ford y Parker Tyler, quienes más tarde ingresarían en los círculos pop de Warhol. En 1950, el arte de Huppler había llegado a Nueva York en una exposición individual bien acogida por la crítica y en un reportaje en *Flair*, una publicación mensual efímera pero muy elogiada (donde se reflejó por primera vez el mundillo del Café Nicholson). El Serendipity acabó vendiendo paquetes de doce postales decoradas por el artista.

Los dibujos de Huppler, que enviaba por correo por docenas a Warhol, hacían parecer casi varoniles los amanerados *blottings* de este. El wisconsinita estaba especializado en las imágenes preciosistas hechas a pluma y tinta formadas por millares de diminutos puntos negros, combinados para evocar un mundo encantado de gráciles sátiros y preciosos jóvenes besándose.

En mayo de 1955, la obra de Huppler le había granjeado una plaza en la prestigiosa residencia Yaddo, ubicada en el campo al norte del estado de Nueva York, después de haber intentado que Warhol también la solicitara. Este nunca logró ingresar, pero sacó partido de aquel lugar. Desde Yaddo, Huppler le escribió acerca de un «escritor extraordinariamente brillante» (y pintor) llamado Ralph Pomeroy que deseaba ser dibujado por Warhol. Llegaría a ser el siguiente capricho amoroso de este.

A Pomeroy, que contaba solo veintiocho años cuando nuestro artista lo conoció, ya le habían publicado poemas en la prestigiosa revista *Poetry* y estaba a punto de aparecer en *The New Yorker*. El poeta Edward Field nos brinda una adorable descripción del escritor en París durante el verano de 1948, después de que a Pomeroy lo expulsaran

del ejército por su homosexualidad: «Bajo su flequillo rubio, Ralph Pomeroy tenía los ojos claros y grises azulados de un pintor, y una boca vulnerable y enfurruñada. A menudo lo llamaba "el falso Truman" por su parecido asombroso con el autor en la foto de la sobrecubierta […]. En realidad, Ralph se parecía más a la foto que al Truman Capote de la vida real. Era la versión idealizada».

En la Nueva York de los años cincuenta, el círculo selecto de Pomeroy se solapaba con el de Huppler: a él pertenecían George Platt Lynes, Marianne Moore y Katherine Anne Potter, amén de Gore Vidal y Dame Edith Sitwell, cuya grabación casi había gastado Warhol en su momento. ¿Cómo habría podido resistirse nuestro artista al aspecto, la cultura y los contactos de Pomeroy (que eran más de los que él podía atribuirse? No lo hizo. Ambos intimaron, llegando incluso a colaborar en un libro (satíricamente) proustiano titulado *À la recherche du Shoe Perdu*, claramente destinado a consolidar la reputación de Warhol en el gremio como el maestro del calzado. Quince fantásticos dibujos de botas, zapatos de salón y pantuflas iban emparejados con desenfadadas leyendas de Pomeroy que, en una combinación típicamente warholiana, hacía referencia tanto a la alta como a la baja cultura: «Dial M. for Shoe» y «I Dream of Jeannie with the Light Brown Shoes», pero también «Beauty is Shoe, Shoe Beauty» (en alusión a Keats), «The Autobiography of Alice B. Shoe » (un eco de Gertrude Stein) y «To Shoe or Not to Shoe». [5]

Los libros se imprimieron a bajo precio en blanco y negro, pero existían asimismo sus versiones pintadas a mano, que se realizaron en las célebres «fiestas para colorear» que Warhol organizaba por las tardes en el Serendipity, en torno a una gran mesa redonda que todavía sigue estando en la cafetería en el siglo XXI. «Tenía un séquito permanente de muchachos», decía Bruce. Al igual que Tom Sawyer pintando su cerca de madera, Warhol camelaba a sus jóvenes bellezas para que colorearan sus mariposas, gatos y zapatos hechos con la *blotted line*.

Algunas de las láminas coloreadas en la cafetería acabarían encuadernadas en las lujosas ediciones de los «deliciosos libros mariquitas» de Warhol que había almacenados en las estanterías del Serendipity. Otros dibujos emigraban a las paredes del restaurante e incluso al techo, donde sus marcos de oro combinaban con las lámparas de Tiffany y se convirtieron en parte integrante de la decoración. Como explicaba Warhol por aquel entonces, por cada imagen que hacía para un cliente comercial, hacía otra que pudiera conservar como su «arte» y venderla como tal si así lo deseaba. Seis décadas después, Bruce recordaba que fijaban un precio de veinticinco dólares, que dividían a partes iguales entre el artista y la cafetería, y las vendían en cuestión de semanas. Pero eso solo concuerda

parcialmente con los registros conservados. El precio es más o menos correcto, pero Warhol estaba obligado a aceptar la devolución de la mercancía no vendida. En una ocasión, el artista tuvo que recoger más de tres cuartas partes de los noventa y nueve libritos que había dejado en depósito. El volumen que no se logró vender, y cuya suma ascendía a unos por entonces considerables diez dólares, llevaba por título *In the Bottom of My Garden*, conocido también como «El libro de las hadas», y fue ciertamente uno de los productos más turbios de Warhol. En el lanzamiento del libro, firmó ejemplares de pie ante un biombo (en recuerdo de sus escenografías teatrales) sobre el que había pintado dos sodomitas rechonchos en flagrante delito.

Solamente existe una palabra adecuada para describir el estilo de «El libro de las hadas» de Warhol, del restaurante que lo almacenaba y de su creador; una palabra que estaba cuajando por aquel entonces y que el propio Bruce empleaba para describir su establecimiento: *camp*.

El término se había incorporado a la jerga gay unos años antes, principalmente como verbo en el sentido de actuar de una forma exageradamente *queer*, y se empleaba a menudo en sentido peyorativo. Warhol poseía un ejemplar de una nueva revista fervientemente prohomosexual que, no obstante, podía describir el comportamiento *camping* como «una fuente de profunda consternación» para muchos gais.

Nuestro artista tuvo la enorme fortuna de llegar a la escena neoyorquina justo cuando eso estaba cambiando: cuando la cultura *camp* estaba cuajando y popularizándose.

En 1965, *The New York Times* decidió por fin educar a sus lectores de cultura media en lo que denominaba el «desconcertante» concepto de *camp*, que justo entonces estaba «imperando sobre lo que hoy se acepta por norma general como buen gusto». La palabra se refería a «la curiosa atracción que todo el mundo —al menos en cierta medida — siente hacia lo extraño, lo antinatural, lo artificial y lo abiertamente escandaloso». ¿Y dónde encontrar lo extraño, antinatural, artificial y escandaloso si no entre los gais, a quienes la cultura estadounidense identificaba de inmediato con todos esos rasgos?

«En líneas generales, los homosexuales constituyen la vanguardia — y el público más elocuente— de lo *camp*», decía el periódico en una cita de una reciente disquisición acerca del tema escrita por Susan Sontag, a quien llamaba «la sir Isaac Newton de lo *camp*». Y el mejor lugar para ver lo *camp* en su hábitat natural, a juicio del periódico, era un par de restaurantes del centro de la ciudad: el Café Nicholson y el Serendipity 3.

Ambos establecimientos celebraban la época del fin del siglo a la que lo *camp* estaba íntimamente vinculado. *The New York Times* enumeraba las lámparas de Tiffany, las boas de plumas, los estereoscopios, el *art nouveau* y a Oscar Wilde como iconos de dicho estilo, así como al autor gay Ronald Firbank, que había muerto en 1926 y cuyo libro lucía una portada diseñada por Warhol.

«Nuestra naturaleza era muy artística, así que teníamos una temática *art nouveau*», recordaba Stephen Bruce. Eso apunta a algo importante acerca de su cafetería: el Serendipity no pretendía predicar lo *camp* a los conversos —o a los invertidos, como se conocía por entonces a los gais—, sino darlo a conocer por un éter «artístico» más amplio. «Si tuviéramos que depender de una clientela gay, jamás lo habríamos logrado», decía Bruce. La razón por la que sacaron adelante su negocio fue porque su estética estaba cuajando entre la élite cultural heterosexual neoyorquina. Como decía Gore Vidal en su novela sobre la vida gay: «Había un medio mundo en el que las personas normales y homosexuales se encontraban con cierto grado de franqueza; esto sucedía en el caso de muchos grupos teatrales y literarios. También era así respecto de la sociedad de determinados cafés». Un varón hetero, a menudo arrastrado hasta el Serendipity por sus amigas, describía el lugar como «tan pintoresco que resultaba vomitivo […] y toda la idea de ser deliberadamente pintoresco resulta *campy*».

Pero la decoración del Serendipity no se limitaba a ceder ante los impulsos sentimentales y nostálgicos de lo *camp*. Su diseño radicaba asimismo en mantener la clase de ideales modernistas y con miras al futuro que Warhol había aprendido en el Tech. Consistía, decía Bruce, en liberar los extravagantes objetos victorianos de sus oscuros y abarrotados interiores originales para introducirlos en un cubo blanco contemporáneo (o al menos un sótano blanco) donde pudieran destacar como modernos toques de color; ello significa que no estaban tan lejos de las franjas de rojo, azul y amarillo con que Piet Mondrian había configurado sus abstracciones, por lo demás totalmente blancas. Bruce vendió una lámpara de Tiffany nada menos que al diseñador del movimiento moderno Paul Mayén, la pareja de Edgar Kaufmann hijo, mecenas temprano de Warhol y comisario de diseño del MoMA. «Creamos una suerte de furor vanguardista porque todo cuanto teníamos era *art nouveau*», decía Bruce.

El propio MoMA había tratado de reformular el *art nouveau* como modernismo en una exposición organizada justo después de la llegada de Warhol a la ciudad: «El estilo curvo y ornamentado de este periodo suele contemplarse con horror», decía el comunicado de prensa de la muestra, arguyendo que de hecho necesitaba ser reevaluado como «una reacción contra el revivalismo que dio paso a los movimientos

posteriores en el diseño moderno». La primera exhibición completa en el MoMA de una colección de diseño se aseguró de incluir un juego de sillas de madera curvada de principios de siglo, que fueron pregonadas con un titular de su propia cosecha en *The New York Times*. «En los círculos de decoración de moda, hoy son el último grito», decía el artículo, e invitaba a los lectores a acudir al Serendipity a comprarlas. (A finales de la década, Warhol fue contratado para ilustrar un folleto de ventas de artículos de madera curvada.)

Aquel era un escenario cultural en el que podía florecer verdaderamente el estilo (de dibujar y de ser) de Warhol de los años cincuenta, y en el que podían converger su formación en el diseño moderno y la cultura *queer*. Más que la mayoría de los neoyorquinos —más incluso que la élite oficial del mundo del arte de la ciudad—, los clientes que atraía el Serendipity del sector editorial y las agencias publicitarias parecían abiertos a la idea de que el sobrio estilo moderno de un diseño de Brodóvich con fotos elegantes de Avedon pudiera coexistir felizmente con los estilos amanerados, incluso afeminados y claramente *camp*, de Warhol. Un director artístico empleaba este término para describir los muy exitosos anuncios de zapatos de nuestro artista y, según Sontag, «en las personas, lo *camp* responde sobre todo a lo marcadamente atenuado y a lo fuertemente exagerado»; una descripción nada mala de Warhol. En 1965, un libro titulado *The Camp Followers' Guide!* (repárese en el exagerado signo de exclamación) compilaba símbolos de la cultura *camp*, entre los que figuraban algunos de los favoritos de Warhol como el papel higiénico con dólares impresos (una creación del Serendipity), las máquinas de discos Scopitone, los muebles de mimbre, los fotogramas de películas antiguas, Judy Garland, la película de Jack Smith *Flaming Creatures*, el programa de radio *Shadow* y también sus cuadros de la *Sopa Campbell's* y sus propias películas *underground*. Ese mismo año, *The New York Times* proclamaba a nuestro artista como «la figura más prominente del panorama *camp* neoyorquino».

Sorprendentemente, lo *camp* no estaba en el horizonte cuando Warhol organizó su primera exposición de arte plástico desde aquella que presentó en la galería Hugo en torno a la figura de Capote. En la primavera de 1954, tras un receso de dos años enteros sin exponer, todo cuanto Warhol ofreció a su público fue una serie de esculturas en papel en su mayoría abstractas, distintas de todo cuanto había hecho hasta la fecha o haría posteriormente. Se trataba de una muestra colectiva en el centro de Manhattan, para la que cogió grandes láminas de papel grueso y las plegó en figuras geométricas irregulares —pirámides y cajas de diversas clases—, que clavó luego a la pared de

la galería. «Simpáticos diseños en papel» con una «deriva decorativa» fue todo lo que un crítico acertó a decir de ellos, en tanto que otro se quejaba de que «Andy Warhol pone a prueba la paciencia arrugando el papel en el que ha pintado sus diseños abstractos». Puede que nuestro artista fuera el gran revitalizador del arte figurativo de la posguerra, pero la abstracción siempre supuso para él una innovación vanguardista a la que aspiraba en secreto. «Él sabía que estábamos esperando dibujos —decía su amigo Vito Giallo—, así que pensó en hacer algo que no esperásemos», una clara estrategia del movimiento modernista.

Había algunos leves indicios de que las obras de papel plegado no eran un mero ejercicio de abstracción: cuando los alfileres de Warhol no se sujetaban en el duro tablero expositor, el artista permitía que sus objetos permanecieran en el suelo, allí donde habían caído (aparentemente «arrugados»), dejando margen para el amor por el azar y el desorden que gobernaba los nuevos planteamientos radicales de su héroe de la universidad, John Cage. Además, antes de plegar sus láminas de papel, Warhol había «marmolizado» muchas de ellas en un baño de tinta negra, confiriéndoles la apariencia de las guardas de un libro antiguo. (El «baño» de tinta fue justamente eso; su bañera de Lexington Avenue quedó mugrienta después de aquello). Esa técnica resultó atractiva en la industria de la moda: al año siguiente, Alan y Diane Arbus hicieron posar a sus modelos contra papel marmolizado en una sesión fotográfica, y se empleó asimismo como fondo para un escaparate de Bloomingdale.

Esa fusión con el «mundo femenino» de las compras podría haber otorgado a las esculturas de papel de la exposición cierta transgresión de género, una sutil dosis *camp* para aquellos que sintonizaban con esa moda. La marmolización de Warhol le dejaba espacio incluso para aplicar zonas de pintura rosa femenina y el ocasional dibujo delicado de un rostro. Pero si en aquellas obras se aludía a las normas de género, ningún crítico parecía comprenderlo o preocuparse por ello, a menos que «deriva decorativa» sea un empujoncito en esa dirección. (Bien podría serlo, pues la homosexualidad era un tabú tan enorme que incluso los homófobos formulaban sus ataques con eufemismos que pueden resultar difíciles de descifrar en la actualidad).

Según un compañero de universidad de Warhol, la muestra de la galería Loft era una obra de genio, «porque era antiarte, la sentencia de muerte del expresionismo abstracto». Pero esa opinión debió de ser fruto del afecto. «¡Oh, papel arrugado! —fue la reacción de su viejo amigo artista Nathan Gluck—. ¡Dios mío! Andy, ¿crees que alguien va a comprar eso?». Por lo que sabemos, estaba en lo cierto; la única razón para no definir esa exposición como uno de los más estrepitosos fracasos jamás sufridos por Warhol es que claramente apenas tuvo

repercusión. «No conozco a nadie que acudiera a ver esa muestra», dijo un compañero de la galería.

Seguramente, el local no ayudó. Para los estándares del mundo artístico de aquel momento, la flamante galería Loft, en la que Warhol expuso, estaba «muy a desmano y resultaba arduo llegar hasta su ubicación en la calle Cuarenta y cinco Este», muy cerca de donde nuestro artista abriría la Factory exactamente una década después, cuando estaba en mejores condiciones de marcar su territorio. En 1954, sin embargo, aquel lugar, pasado de moda y en el centro este, en lo alto de un edificio de cinco plantas sin ascensor —*The New York Times* bromeaba con su «elevado» emplazamiento—, había sido la mejor y más barata opción disponible para un colectivo de ambiciosos principiantes ávidos de dejar su huella en Nueva York.

«Un grupo de jóvenes artistas —en busca de una pared en la que colgar sus obras— han puesto en común su tiempo y su energía para abrir una nueva galería que cubra el más amplio espectro de la pintura contemporánea joven», decía la nota de prensa de la Loft, diseñada como estaba de moda entonces: sin una sola letra mayúscula, al igual que la correspondencia del propio Warhol de esa época. Los siete fundadores de Loft integraban un grupo variopinto sin un enfoque común, como reconocía el comunicado, ni ninguna conexión particular aparte del hecho de que varios de ellos habían estudiado en el Tech.

Cuesta pensar que la tentativa de abstracción de Warhol en la muestra inaugural de Loft no supusiera una reacción al previo rechazo de sus extravagantes dibujos sobre Capote en la galería Hugo. Sin embargo, una vez que las esculturas plegadas no gozaron de una mejor acogida, parece que regresó enseguida a un estilo *queer*. Unas tres semanas después de la salva inicial de Loft, la galería albergó una exposición de solo tres de sus miembros, y un crítico de revista dijo que las contribuciones de Warhol demostraban una «voluntad de ceñirse a ese estrecho horizonte de jóvenes atractivos y exigentes dedicados a asemejarse todo lo posible a Truman Capote o a sus héroes»; una perífrasis homófoba que describe con claridad los extravagantes dibujos de muchachos hermosos. Por su parte, *The New York Times* describía a Warhol como un ilustrador (eso debió de dolerle) que trabajaba «de una manera coqueta que podría ser la de un imitador provinciano de Jean Cocteau», otra muestra de eufemismos para referirse a su estilo gay.

El octubre siguiente, cuando Warhol pudo exponer al fin en solitario en la Loft —llegando incluso a granjearse un espacio en la revista *Interiors*—, parece que había seguido avanzando en esa misma dirección temeraria: en el cartel de la exposición aparecían cinco hermosos muchachos, y sus dibujos y pinturas eran de un célebre

bailarín y coreógrafo llamado John Butler, a quien el artista ya conocía desde hacía algún tiempo. Había trabajado con Martha Graham, a quien Warhol admiraba, y era especialmente famoso por haber llevado el ballet a la televisión, tan apreciada por Warhol. El octubre de su exposición en solitario en la Loft, Butler era el coreógrafo de una gran producción de David O. Selznick, compartida entre la NBC y la CBS, en conmemoración del septuagésimo quinto aniversario de la bombilla de Edison.

«¡Oh, Dios mío, John Butler!», exclamó un miembro gay de la Loft cuando el bailarín, también homosexual, visitó la exposición y compró algunas de sus obras. Las que se conservan, incluidas varias que pertenecieron en su momento a Butler, son dibujos de líneas minimalistas que captan unos cuantos rasgos cruciales del rostro del bailarín, especialmente sus famosas cejas enormes y el flequillo juvenil al estilo del de Tintín, pero rara vez lo muestran bailando. Aunque Warhol era un asiduo del ballet, la belleza exótica de Butler parece haberle importado más que sus destrezas de Terpsícore.

En el desorden de su estudio con su fiel televisor.

10
1955–1956

ESCAPARATE | ZAPATOS, ZAPATOS, ZAPATOS | LLEGA
NATHAN GLUCK | LA GALERÍA BODLEY

«Yo pensaba que su arte era totalmente trivial e indigno de mención. Se me antojaba completamente inocuo».

«He renunciado al arte comercial por la pintura», le contó Warhol a Art Elias, su amigo del Tech entre los actores de la calle Doce. Dadas las tres exposiciones en la Loft en las que había participado durante el primer año de la galería, esa declaración parecía reflejar una verdadera ambición que mantendría el resto de su vida. En 1955, el año en que cerró la Loft, también estuvo lleno de ilusión. El célebre libro titulado *Modern Art in Advertising* y la exposición homónima habían presentado los encargos comerciales como un mal necesario, incluso útil, que podía permitir a los artistas serios seguir adelante con su «trabajo independiente, libre de preocupaciones económicas»; un amigo decía que ese era también el caso de Warhol.

Hacia mediados de los años cincuenta, la carrera de nuestro artista como ilustrador estaba despegando. Había sido descubierto por *Graphics*, la mejor revista de diseño suiza, así como por un nutrido repertorio de clientes. Estos le ofrecían contratos para toda suerte de trabajos, desde tarjetas de felicitación —incluida la del MoMA— hasta portadas de discos pop, pasando por cubiertas de libros, ilustraciones para cuentos infantiles o un cartel para un programa de radio de la CBS de «asombrosas grabaciones de actualidad sobre las causas y la prevención de los accidentes de tráfico». (Para este último, Warhol dibujó… un accidente de tráfico). Diseñó salvamanteles para la cafetería de unos grandes almacenes, así como artículos para la venta minorista, apareció en el primer número de *Sports Illustrated* (con un dibujo sorprendentemente varonil de unos guantes de boxeo) e incluso participó en los informes meteorológicos de la televisión matinal, donde acompañaba con dibujos animados en directo las palabras del meteorólogo, lo cual hacía furor en esos primeros días de la industria del infoentretenimiento. «Tenía que levantarse a las cinco de la madrugada y acudir al estudio, y le maquillaban la mano para que no pareciese demasiado blanca».

A finales de la década, una nota publicitaria sobre Warhol describía su «talento excepcional» tanto en términos comerciales como estéticos: «Es capaz de crear con la misma destreza e imaginación cualquier cosa, desde un anuncio industrial hasta una página de moda o un escaparate».

Estos últimos habrían sido los encargos más prometedores de Warhol, al menos en términos creativos. «El escaparate —el nuevo medio de expresión y sustento para la gente creativa— es el campo más lucrativo, versátil y abierto para cualquiera que posea habilidad artística», escribía Lester Gaba, decano de la disciplina, en un libro que publicó en 1952 (y en el que elogiaba reiteradamente al antiguo jefe de escaparatismo de Warhol en Horne).

En la primera mitad del siglo XX, los grandes almacenes no eran solo unos lugares donde hacer compras; eran también unas instituciones elitistas que respondían a las aspiraciones culturales de la nación. Servían, por ejemplo, de sedes perfectamente respetables para exposiciones artísticas. El director del Met dijo en cierta ocasión a un grupo de gerentes de grandes almacenes: «Son ustedes la fuente más fructífera de arte en Estados Unidos». Sus escaparates a pie de calle podían funcionar casi como una extensión de cualquier muestra artística oficial que tuviera lugar en el interior. En 1952, el que pronto sería el jefe de Warhol en Bonwit Teller llenó algunos de sus escaparates con una exposición de sombreros inspirados en Cézanne.

«Cuanta menos deliberación haya en la publicidad de un escaparate, más seguro es su efecto publicitario», rezaba una introducción al tema que obraba en poder de Warhol. El escaparatista «se debate continuamente entre el negocio y el arte, entre el objetivo directo y práctico que es la venta y las aspiraciones del artista», decía otro estudio del campo, reflejando las tensiones que impulsaron toda la carrera de nuestro artista.

Los principales grandes almacenes de Nueva York cambiaban sus escaparates una vez por semana —varias agencias de noticias documentaban lo que ofrecían—, y las multitudes de curiosos se congregaban para observar cómo caía el papel de estraza y revelaba la siguiente tanda de exposiciones.

En el mejor de los casos, podían ser elegantes e incluso desafiantes: un diseñador llenaba el fondo de un escaparate con un cuadrícula perfecta formada por relojes de fábrica por el simple motivo de que parecían impresionantemente modernos; o utilizaba figuras hechas con sillas de madera curvada —otra vez esos muebles— para impresionar al transeúnte. De no haber sido por sus entornos comerciales, semejantes instalaciones podrían haber pasado fácilmente por serios experimentos de estética moderna. Como decía un crítico de *The New York Times*: «Habida cuenta de que cuando la abstracción se

emplea con inteligencia siempre resulta decorativa, su uso generalizado por parte de los diseñadores contemporáneos no encierra misterio alguno».

Los mejores departamentos de escaparatismo no vacilaban a la hora de inspirarse en los movimientos más radicales del arte moderno. El surrealismo, señalaba Gaba, se puso de moda en los escaparates de las tiendas tras la sensación causada por Salvador Dalí en 1939, con su trabajo para los grandes almacenes Bonwit Teller. En Pittsburgh, la galería Outlines había llegado a organizar conferencias para el personal de los grandes almacenes, incluso el profesor favorito de Warhol, Balcomb Greene, pronunció una sobre «El movimiento moderno aplicado al comercio minorista» el 8 de abril de 1947, no mucho antes de que nuestro artista comenzara a trabajar como escaparatista en Horne. De hecho, había habido escaparates en la exposición del MoMA «El arte moderno en tu vida», que estaba causando sensación cuando Warhol llegó a Nueva York. «Yo pensaba que los grandes almacenes eran los nuevos museos», observaba este a principios de los años setenta. Lo decía sin duda para escandalizar a los peces gordos con los que se sentaba, pues esa idea estaba muy pasada de moda por entonces. Pero su declaración falsamente naíf llegó a estar en boca de personas sofisticadas.

El mundo de los escaparates neoyorquinos tenía otro importante atractivo: al igual que en Pittsburgh, era un refugio para la autoexpresión de los varones homosexuales. En 1950, la camarilla masculina de Bonwit, que se cree que ya habría incluido a Warhol por entonces, llegó al extremo de colocar en sus escaparates las fotos de un hombre travestido, simulando ante el público que «ella» —de hecho el hermoso novio del director de diseño— era solo otra modelo sueca de clase alta que vendía perfume.

Ese era el mundo en el que Warhol estaba ingresando en el verano de 1955, cuando recibió encargos para una serie de escaparates en los elitistas grandes almacenes Bonwit Teller, donde llevaba ya un año haciendo anuncios de zapatos para los periódicos. El joven director de diseño del centro, Gene Moore, era considerado uno de los mejores del país y, tras ser presentado a Warhol por un amigo en común, parece que decidió dar una oportunidad al artista neófito en un momento en que las meteduras de pata podrían no importar demasiado. Todos los años, durante la semana en torno al Cuatro de Julio, cuando muchos compradores se marchaban de la ciudad, Bonwit aprovechaba la ocasión para repintar y renovar sus dieciséis principales escaparates a pie de calle, cuya infraestructura sufría un buen ajetreo a causa de la remodelación semanal. En lugar de limitarse a tapar con papel las cristaleras durante el proceso de renovación, Bonwit cubría la parte delantera del escaparate con tableros con pequeños orificios para

exhibir unos cuantos frascos de perfume. Esos eran los modestos escaparates que encargaron decorar a Warhol en julio de 1955. Y su solución fue ingeniosa. Convirtió los tableros en una suerte de rudimentaria valla de patio delantero, del tipo que podría describirse en una historia sureña de Capote. Luego «anunció» los perfumes pintando esos tableros con falsos grafitis que imitaban los garabatos de un colegial, pero que evocaban asimismo algunos de los efectos rudimentarios y envejecidos de las últimas obras artísticas de Robert Rauschenberg, que había conseguido recientemente una elogiosa crítica como el «*enfant terrible* de la Escuela de Nueva York».

BONWIT AMA A MISTIGRI, estarció Warhol en los tableros de un escaparate que presentaba ese perfume, utilizando la clase de tipografía que veríamos en un aviso de PROHIBIDO FIJAR CARTELES. Debajo de ello, su colegiala imaginaria garabateaba dibujos de gatos jugando a las cartas y firmaba la obra como «I MILDA 3 AÑOS», un guiño íntimo a su íntima amiga Imilda Vaughan. Warhol había hecho una investigación preliminar: en francés, un idioma que había estudiado y con el que siempre le gustaba jugar, la palabra *mistigri* designa tanto un gato como un juego de cartas, un dato que pocos clientes de Bonwit debían de conocer pero que Warhol manejó correctamente en cualquier caso, como habrían insistido sus profesores del Tech. En un escaparate vecino, el grafiti de nuestro artista nos dice que Bonwit «ama» el perfume llamado Ma Griffe —esta vez «mi garra» en francés— y, por supuesto, la valla está cubierta de pájaros torpes, en esta ocasión firmado por un tal «andy morningstar 9 AÑOS».

«Cuando era pequeño iba a llamarme Morningstar, Andy Morningstar. Me parecía un nombre precioso y estuve muy cerca de utilizarlo realmente para mi carrera», dijo Warhol tres décadas después.

Un amigo de nuestro artista describió los escaparates como «muy *campy* y muy divertidos». Una publicación especializada se mostraba más entusiasmada todavía: «SENSACIONAL : ESTOS ESCAPARATES SACAN A RELUCIR AL "DIBUJANTE DE VALLAS" EN TODOS NOSOTROS», elogiaba su título, sin atribuir a Warhol la obra a pesar de que a este le permitieron firmarla con su nombre, un privilegio rara vez otorgado por aquel entonces a los escaparatistas. El éxito de aquellos montajes le granjeó a Warhol más encargos similares. En una serie de escaparates de Bonwit pintó una chimenea en la cristalera, a través de la cual se vislumbraba la decoración del «salón» que había dentro, «y era como si estuvieras en la chimenea, mirando a través de ella. Eran muy divertidos», decía su jefe de escaparatismo en Bonwit.

Como recompensa adicional por proporcionar tanta «diversión», los grandes almacenes concedieron a Warhol el honor de escapar de un

contexto puramente comercial y mostrar su arte, como arte, en un escaparate, como hacían los artistas en las tiendas de la ciudad. A finales de enero de 1956, la misma semana en la que Warhol había decorado una serie completa de escaparates «divertidos» sin firmar, otro que había en una calle lateral exhibía tres bocetos con pluma bastante discretos y apenas visibles en la pared posterior; debajo, un texto manuscrito los identificaba como «dibujos de Andy Warhol, uno de los jóvenes artistas estadounidenses que han trabajado con nosotros en los escaparates». Estaba en buena compañía. Aproximadamente una vez al año, con el fin de dar a los almacenes «la buena reputación de vanguardista, por tener un gusto verdaderamente moderno», el director de escaparatismo de Bonwit exponía en algunos de sus escaparates «el trabajo serio» de todos los artistas que habían colaborado con él ese año. Tanto Jaspers Johns como Robert Rauschenberg, artistas «protopop» que alcanzarían la grandeza, estaban allí junto a Warhol en aquel invierno de 1956, en el peor momento para las ventas que supone la tregua posnavideña, es decir, cuando el espacio de exposición podía reservarse más fácilmente para el «arte». Ambos estarían allí de nuevo, pero sin nuestro artista, en enero de 1957, quizá porque los tenues dibujos de este del año anterior no habían logrado impresionar.

Cuando Warhol exhibió sus obras artísticas en Bonwit, hubo un aspecto positivo más allá del prestigio. Los almacenes pagaron en torno a cuatrocientos dólares por usar sus cuadros, que él vendía después si podía, lo cual le reportaba más dinero del que conseguía con la mayor parte de sus trabajos estrictamente comerciales. Con las estrellas azules que pintó para la portada de *Harper's Bazaar* ganó un total de setenta y cinco dólares y tuvo que ceder todos los derechos de imagen, mientras que consiguió cien dólares de la CBS por su cartel del «accidente de coche», y ciento veinticinco dólares de Lord & Taylor por sus salvamanteles de la cafetería, lo cual se consideraba mucho más de lo que la mayoría de las tiendas habrían pagado por ese trabajo. Warhol tenía fama de saber regatear, así como de quejarse continuamente de su tarifa incluso una vez cerrado un trato. No obstante, las modestas cantidades que estaba ganando podían proporcionarle un buen sustento, al menos a alguien con su talento para cortejar a los clientes y producir dibujos como churros, aunque no dejaba de ser un negocio precario que mantenía en vela a su madre por las noches y obligaba a Warhol a pedir prestado a un primo.

La primavera de 1955 marca un punto de inflexión financiero en la carrera de Warhol. Después de cinco años dedicados a forjarse su reputación como referente neoyorquino del calzado, atrajo la atención

de una nueva hornada de ejecutivos de la venerable empresa I. Miller, que le ofrecieron un trato. Él se convertiría en el ilustrador de la casa para una nueva campaña publicitaria en los periódicos y escaparates y, a cambio, le garantizaban una asignación mínima de doce mil dólares anuales en trabajos facturables a sus tarifas habituales; muy lejos de los veinte mil o incluso cincuenta mil dólares citados en algunas biografías de Warhol, pero en cualquier caso una cifra considerable para la época. Tendría que trabajar tan duro como siempre para ganarse el dinero —estaba acostumbrado a ello—, pero al menos durante algún tiempo se aquietaría su eterno temor a no poder pagar el alquiler. Warhol cerró el trato con un apretón de manos y comenzó a producir en serie los anuncios con los que se labró un nombre.

Algunos de los anuncios para I. Miller eran imágenes reales de zapatos de mujer, aunque con frecuencia más fantasiosos que descriptivos. (Aunque no siempre: cuando el texto describía importantes características novedosas, Warhol las incorporaba a su imagen; y si las interpretaba incorrectamente, un director artístico le solicitaba que hiciese cambios). La estilización propia de Warhol consistía en alargar el calzado hasta convertirlo en una elegante lágrima, una forma a la que supuestamente habría llegado por error y luego habría adoptado por sugerencia de un compañero de piso: «¿Por qué no lo alargas? ¡Exagéralo!». Ahora bien, si esas imágenes de zapatos se describían como «refinados», el Departamento de Marketing de I. Miller le propuso otros anuncios con un concepto claramente elevado, a veces hasta lo impenetrable. Para acompañar el texto que comienza con un «no hay color como nuestro no color», pidieron a Warhol que dibujara una serie de botes de pintura con un zapato, un guante o un monedero flotando en cada uno de ellos, que presumiblemente pretendían representar diferentes colores de pintura, pero ¿cómo se supone que iban a interpretar eso los lectores en un anuncio en blanco y negro, y cómo podría entenderse eso como «no color»?

Por otra parte, en el cartel que anunciaba un color de zapatos, monederos y medias llamado «sombra» —«más pálido y más suave que nuestro famoso no color»— no se ven ni zapatos ni monederos ni medias. En su lugar, vemos rollos de tela apilados y la sombra casi invisible de una mujer con un buen par de zapatos proyectada sobre un lado. Una vez que la campaña de I. Miller llegó a estar tan consolidada que los lectores buscaban sus anuncios todas las semanas, parece que el objetivo era tanto retarlos a encontrar el producto como venderles sus virtudes.

Justo antes de contratar a Warhol, I. Miller había decidido asumir un control centralizado del marketing de sus catorce almacenes

cuasiindependientes, cuyos anuncios habían estado repartidos entre diferentes artistas y técnicas, aunque habían ganado prestigio en cualquier caso. «Necesitábamos un nuevo concepto de por qué estábamos en el negocio», explicaba un ejecutivo de aquella época, y ese concepto resultó ser Andy Warhol.

El 20 de marzo de 1955 la compañía lanzó una campaña sin precedentes para I. Miller, pagando por un espacio considerable en *The New York Times*, habitualmente en la sección de la sociedad glamurosa y a veces en páginas completas de la edición dominical, donde podía publicar las ilustraciones de zapatos de Warhol. «En el mar de imágenes diminutas que eran las páginas de *The New York Times*, esas audaces y exitosas fantasías resultaban extraordinariamente efectivas —recordaba un ejecutivo décadas después—. Lo que hacían los anuncios era revitalizar y reactivar la marca de I. Miller, que pasó de ser un establecimiento poco atractivo, rancio, trasnochado y polvoriento para viudas de nobles a convertirse en un elegante emporio para debutantes». Aparte de generarle dinero, esos anuncios le sirvieron a Warhol para sacar sus ilustraciones del gueto de las revistas de mujeres y ponerlas a disposición del amplísimo público burgués, donde permanecería durante el resto de su vida.

«Posiblemente los zapatos sean la mercancía más tediosa a la hora de presentarlos en un estilo que sea distintivo a la par que efectivo», decía un extenso artículo sobre la campaña publicado en la lejana Alemania. Por consiguiente, no es de extrañar que, para el otoño de 1955, menos de seis meses después, los jefes de I. Miller estuvieran alardeando de su éxito. En un reportaje de una revista de negocios estadounidense, decían que el «arte conceptual» que Warhol incorporaba a los anuncios, aunque chocante para algunas personas del mundo empresarial, estaba promocionando una imagen corporativa sofisticada e incluso puntera que apelaría al «buen gusto y a las emociones» de la mujer. La idea era que la mercancía real podía dejarse fuera de un anuncio siempre y cuando el arte atractivo ocupase su lugar; vender la leña en lugar del asado, como reza el ya venerable cliché, o, en este caso, el suelo más que la suela. «Al artista, Andy Warhol, le permitimos cierta libertad. Creemos que ello beneficia al anuncio. Estamos intentando vender moda de la manera más contemporánea que podemos», decía el director artístico de I. Miller, Peter Palazzo. (Warhol y él se habían conocido en los primeros meses de Warhol en Nueva York, cuando lo contrató para trabajar en una publicación del Departamento de Estado que salió en ruso para la Unión Soviética). «Cuanto más realista la imagen —decía una introducción a la publicidad de la época—, más amplio es el atractivo para las masas»; precisamente el tipo de atractivo que la lujosa I.

Miller no andaba buscando. En un par de años, la empresa y Warhol habían ganado un importante premio por un anuncio de calzado que ni siquiera se molestaba en incluir zapato alguno.

Ahora bien, al menos en un principio, Warhol no era la única opción para ese contrato. Palazzo creía que había otras «dos o tres docenas» de ilustradores que podrían haber desempeñado la tarea. (De hecho, la empresa encargó los anuncios de revistas a otra persona, que trabajaba con un estilo etéreo que también cosechó elogios). En realidad, la compañía había comenzado su campaña en periódicos con el prestigioso artista gráfico Bob Gill, que en esa etapa temprana todavía estaba trabajando con una audaz técnica de grabado en madera nada alejada de la *blotted line* de Warhol. Solo tras la marcha de Gill recurrió Palazzo a nuestro artista, «un ilustrador autónomo desconocido» que tuvo la fortuna de estar ya familiarizado con los zapatos por su trabajo para las revistas de mujeres. Puede que los ejecutivos de I. Miller ofrecieran a Warhol su contrato de doce mil dólares no tanto porque apreciasen sus excepcionales destrezas como porque quisieran asegurarse de no perderlo, al igual que habían perdido a Gill. Algo debió de ayudar el hecho de que Warhol, que siempre había tenido mucha labia, les hubiera presentado un *portfolio* repleto de dibujos de *Shoe Perdu* coloreados a mano.

Pero cuando Palazzo describía las ilustraciones de Warhol como material estándar y reemplazable, estaba pensando únicamente en términos del estilo de dibujo. Lo que nuestro artista añadía al estilo estándar de Shahn de su época era un aura muy especial de lo *camp* en la que solo él tenía experiencia, como artista personal del Serendipity.

Las imágenes *campy* de Warhol para I. Miller se adecuaban especialmente bien a lo que las espectadoras estaban experimentando en ese periodo de posguerra. Después de casi medio decenio en tiempos de guerra dedicado a trabajar en las fábricas, las mujeres debían regresar supuestamente a las elegantes costumbres de las damas victorianas, al mismo tiempo que subían con audacia las nuevas escaleras del éxito de *Glamour*. Las imágenes *camp* que veían en los anuncios de Warhol, dibujadas para las mujeres por un hombre afeminado, reflejaban las presiones ejercidas a la sazón sobre ellas. Cuando I. Miller decía que los anuncios de nuestro artista le estaban ayudando a vender moda siguiendo las últimas tendencias, puede que la compañía hubiese comprendido, al menos de manera intuitiva, que lo *camp* tenía que formar parte de la combinación. En palabras del estudioso Richard Meyer: «Incluso cuando Warhol invoca los códigos visuales de lo anticuado y lo pasado de moda, lo hace no obstante para pregonar la novedad y el presente».

Las habilidades *camp* de Warhol poseían asimismo un aspecto casi práctico para I. Miller. En ese momento particular, una de las estrellas

de la compañía en el diseño de calzado promovía las imitaciones de los estilos eduardianos; de hecho, un anuncio hacía referencia al «original zapato de la segunda década [...] que sintoniza a la perfección con la moda de 1956». Y nadie podría haber estado en mejor situación que Warhol para ajustar sus dibujos a ese estilo. Al Serendipity le debía sus profundas raíces en la época eduardiana. De hecho, sus archivos están repletos de anuncios de calzado de entonces que había tomado (permanentemente) prestados de la Biblioteca Pública de Nueva York, a fin de utilizarlos como fuentes para sus imágenes. Lo que hemos llegado a considerar como las estilizaciones características de los anuncios de zapatos de Warhol (esos empeines absurdamente largos y tacones compactos) en realidad es en parte el fruto de su relativa fidelidad a los artículos peculiarmente estilizados que su cliente estaba fabricando en ese momento.

Warhol asistió a una fiesta literaria a finales de los años cincuenta, donde uno de los presentes, un poeta vanguardista que no participaba del mundo de la moda (y que ni siquiera había oído hablar del Serendipity), ya lo conocía por la campaña de I. Miller, «tan asombrosa, tan original, casi desdeñosa hacia las ilustraciones de la alta costura de los demás anuncios», como recordaba el poeta. Eso nos conduce a algo que tendría su importancia a lo largo de toda la carrera de Warhol. Por muy vendidos que sus trabajos pudieran parecer a algunos —diríase que estaba promocionando sopa enlatada, Hollywood o retratos de personajes ricos—, siempre había cierta distancia, incluso cierta crítica, que hacía que resultasen más frescos que los de la competencia.

El año que siguió al contrato de Warhol con I. Miller debió de ser su *annus mirabilis*. Por fin tenía un mínimo de ingresos garantizado y la capacidad de llegar más alto. A pesar de todos los trabajos que le encargaba la empresa de calzado, nuestro artista no dejó de cumplir otro gran número de contratos. Incluso podía permitirse contratar a ayudantes. El primero de ellos fue Vito Giallo, que vivía en la misma calle y conocía a Warhol de la galería Loft y de sus trabajos para grandes farmacéuticas. Giallo decía que su única tarea consistía en encargarse de los dibujos de *blotted lines*, de los que tenía que hacer una sola copia por cada uno, lo cual contradice el cliché en la historia del arte según el cual las copias presagian el método casi industrial que llegaría a emplear Warhol con su pop art, reproduciendo la misma imagen una y otra vez a partir de una sola pantalla de impresión. De hecho, sus *blotted lines* eran exitosas porque imitaban una línea expresiva y única hecha a mano; cuando otros ilustradores trataban de averiguar cómo lograba Warhol su estilo, siempre se imaginaban

alguna clase de truco con la pluma.

Giallo trabajó poco tiempo como ayudante, y solo de manera intermitente, antes de ser sustituido por el amigo de Warhol de principios de los años cincuenta, Nathan Gluck, quien permanecería una década en el estudio. Este fue un fichaje impresionante, más parecido a un colega de su nuevo jefe que a su subalterno. Por ejemplo, ambos habían sido seleccionados por el MoMA para hacer tarjetas navideñas casi anualmente, junto con artistas tan notables como Joseph Cornell, Henri Matisse, Pablo Picasso y Ben Shahn. Al principio, es posible que Gluck fuera incluso más prominente que Warhol. Era exactamente diez años mayor, había servido en la flota del Pacífico, era un erudito y un apasionado de la ópera y pertenecía a un notable círculo cultural: había cenado con el eminente diseñador Paul Rand y también con Marcel Duchamp mucho antes de que Warhol pudiera jactarse de lo mismo, y era conocido entre los marchantes de grabados y libros del movimiento moderno de la ciudad. Incluso habían seleccionado un cartel suyo para la auténtica colección del MoMA, en la que nuestro artista tardaría todavía una década en colocar sus obras. En el piso de Warhol de Lexington Avenue, Gluck llegó a ser el factótum general: mientras el jefe salía a la caza de nuevos contratos, él se encargaba del día a día, desde dibujar el torrente de zapatos y joyas que inundaban el estudio hasta aplicar la técnica de la *blotting line* a cada uno de esos dibujos una vez aprobados o retocados por Warhol. «Cuando le estaba ayudando, me transformaba e intentaba hacer las cosas al estilo de Andy», decía, aunque este todavía tenía que simplificar los dibujos de Gluck, que se le antojaban demasiado refinados y detallados.

Gluck acabó responsabilizándose de incorporar el texto que imitaba la caligrafía de Julia Warhola cuando esta se encontraba demasiado débil para encargarse de la escritura, y en cierta ocasión tuvo que dibujar un asno al estilo de Warhol para el juego de «ponle la cola al burro» cuando su jefe necesitó uno para la fiesta de cumpleaños de una niña.

En los años sesenta y setenta, mientras su arte viraba hacia lo conceptual, Warhol jugaba con la idea de que era el jefe de una empresa corporativa que producía objetos de la marca «Warhol», pero en verdad podía haberlos fabricado cualquier subalterno. En los cincuenta, esa era ya la realidad que subyacía a su producción.

El nuevo sistema en el estudio de Warhol daba buenos resultados. Después de unos cuantos años de vacas flacas en la carrera por los logros, en la primavera de 1956 llegó una nueva avalancha de reconocimiento profesional. El Club de Directores Artísticos incluyó cuatro de sus imágenes en su exposición y su libro anuales, y premió dos de ellas: una portada de libro y, por fin, un zapato.

La portada, *campy* y vagamente sórdida, era para un volumen de verso ligero elogiado por la crítica, del autor gay William Plomer, y publicado por la editorial de élite Noonday Press. Un crítico destacaba que los poemas del libro estaban basados en noticias periodísticas —«del estilo de las que podemos recortar de cualquier periódico vespertino en Nueva York o en Londres»—, lo cual presagiaba las copias de periódicos dibujadas a mano que Warhol estaba a punto de comenzar a hacer mientras se abría camino en el pop art.

El anuncio de zapatos galardonado, que el club declaró de «notable mérito», era uno de los nuevos trabajos para I. Miller. Incluso antes de que fuese premiado, los editores de *Mademoiselle* escribían sobre cómo Warhol estaba tan solicitado que se veía obligado a rechazar trabajos, ya que era «un nombre en la ilustración de la moda» cuyos «dibujos para I. Miller están causando un gran revuelo en la actualidad». Al año siguiente, después de que nuestro artista hubiera ganado aún más premios del Club de Directores Artísticos, un columnista que escribía sobre moda lo retrataba como «el Da Vinci de los zapatos de I. Miller». El escultor Claes Oldenburg, más tarde colega de Warhol en el pop, recordaba haber llegado a la ciudad por esa época y haber sido presentado a Warhol como si este fuese ya una celebridad en ciernes.

El talento de Warhol para el calzado le valió la atención de lo más alto de la cadena alimentaria del mundo del arte, o así fue como él mismo pudo haber (mal)interpretado la situación. Esa primavera de 1956, no mucho antes de ganar su primer premio del Club de Directores Artísticos para I. Miller, uno de sus grandes dibujos de zapatos se incluyó en una muestra titulada «Recientes dibujos en Estados Unidos» nada menos que en el MoMA. *The New York Times* llegó a mencionarlo como uno de los nuevos talentos más notables de la exposición (de una lista que incluía otra veintena). Pero la muestra era evidentemente un proyecto de segunda categoría, con escasa relación con los comisarios más prestigiosos del museo. Antes bien, había sido organizada por voluntarios del Consejo Juvenil del MoMA, un nuevo grupo de jóvenes colaboradores en formación destinados a «extender los servicios del museo a los miembros y a la comunidad». La muestra de dibujos formaba parte de esa «extensión» a la comunidad y era una invitación abierta a cualquier estadounidense que deseara entrar.

En realidad, Warhol había presentado tres obras, de las cuales solo se seleccionó el zapato, tal vez porque sus dibujos competían con otros más de cinco mil trabajos, presentados por unos cuantos nombres conocidos pero también por un taxista, un operador de mimeógrafo, un albañil y un técnico de rayos X. De hecho, un artista muy conocido del momento se retiró cuando oyó que la exposición era «una cosa del jurado», pues era un evento menor en el mundo del arte. En lugar de

dedicar a la muestra una crítica propiamente dicha, como hacía con casi todas las exposiciones, *The New York Times* se limitó a escribir una reseña en una columna de noticias de arte.

Las obras estaban en venta, la mayoría con un precio inferior a cien dólares, menos de lo que Warhol percibía por algunas de sus *blotted lines* comerciales.

Sabemos que el dibujo del zapato de nuestro artista no se vendió, porque más adelante ese mismo año trató de donárselo al museo, que decidió declinar la oferta tras una seria deliberación. Warhol recibió en respuesta una famosa carta firmada nada menos que por Alfred Barr, director fundador del MoMA, que rechazaba cortésmente el dibujo «ya que no nos parece justo aceptar como regalo una obra que solo puede mostrarse muy de vez en cuando». Este suele considerarse uno de esos casos cósmicos en los que la institución estaba ciega al nuevo talento; de hecho, el MoMA tardó en captar la grandeza de Warhol en los años sesenta y más adelante. Ahora bien, a la altura de 1956, era él quien se equivocaba al imaginar que una ilustración comercial exitosa pudiera adentrarse sigilosamente, e inalterada, en el reino de las bellas artes; su idea de hacer «una para el cliente y una para sí mismo». Incluso la Bauhaus había imaginado ya que ambas categorías cuajarían solo cuando las imágenes comerciales aprendiesen las lecciones y el estilo del arte moderno «avanzado». Sin duda los dibujos de Warhol no acertaban a hacer eso, al menos según los estándares del Nueva York de los años cincuenta. En la muestra de dibujos del MoMA sometida a jurado, la mayoría de las obras, incluido un grupo que el museo adquirió de hecho o aceptó como donaciones, eran angulosas, angustiosas y evidentemente «serias», nada de lo cual podría decirse del zapato de Warhol.

El mundo del arte ya había enviado ciertamente señales claras de que nuestro artista estaba haciendo algo mal. Sus exposiciones en la Hugo y en la Loft habían sido unos fracasos de crítica, cuando apenas habían sido mencionadas, y la Tanager lo había rechazado en más de una ocasión. También estaba recibiendo «rechazos constantes» de otras galerías.

Lo mejor que Warhol pudo hacer fue una serie de exposiciones en la nueva galería y librería Bodley, que se había instalado a la vuelta de la esquina del Serendipity a principios de 1955. La dirigía David Mann, que había estado involucrado en la exposición de Warhol sobre Capote en la Hugo, pero la nueva galería por lo visto era conocida como un espacio para «decoradores». El local tenía una presencia tan escasa en la escena que un amigo de nuestro artista asiduo de las galerías no se enteró en absoluto de sus exposiciones en Bodley.

El periódico de referencia del mundo del arte situaba con frecuencia las exposiciones de la Bodley en la última posición —por orden de

importancia— en sus resúmenes de las galerías. No obstante, el breve texto que *The New York Times* le dedicó apunta algo interesante: al parecer su programa tenía un sesgo casi abiertamente homosexual. Una temprana muestra en solitario de un artista que llegaría a exponer con Warhol en la galería Loft fue descrita como «enrevesada y personal» y «al estilo de Demuth», mientras que una década después la galería colgó «cuadros tiernos y perspicaces, ligeramente obsesivos, de culturistas adolescentes». Otro artista de la Bodley fue el célebre petimetre Stephen Tennant, cuyo arte recordaba al periódico las obras del autor gay Ronald Firbank —Warhol había diseñado una portada de su libro en 1951—, así como un mundo de «goces peligrosos y placeres desterrados en los aledaños del paseo marítimo de Marsella».

La primera exposición de Warhol en la Bodley, en 1956, encaja a la perfección en ese contexto. Comenzó el día de San Valentín y duró dos semanas, con el franco título de «Estudios para un libro de chicos». No sabemos si la parte de «libro» era rigurosa; no existe indicio alguno de que Warhol pretendiera jamás publicar los dibujos de la muestra. La parte de «chicos» ciertamente sí lo era: los dibujos eran de las «bellezas» del artista —o tal vez de una sola de ellas—, que se mostraban al menos algunas veces desnudas, pero con corazones en el vello púbico y en los pezones. La reseña de un periódico decía en apenas dos oraciones que las imágenes eran «de dudoso gusto», mientras que otras dos frases de *The New York Times* describían los dibujos como «pícaros» y llenos de «significados privados», lo más cerca que podía estar un periódico habitual en los hogares de reconocer el homoerotismo. Acto seguido, el crítico de dicha publicación hurgaba en la herida: «Podrían haber sido hechos por Jean Cocteau en un mal día»; un desaire perspicaz, dado que, de hecho, estaban inspirados de lleno en las ilustraciones que este había realizado en 1947 para la *Querelle de Brest*, de Jean Genet, una novela francesa escandalosamente explícita que un amigo le había mostrado a Warhol. Pero por lo general, allí donde las imágenes del deseo homosexual de Cocteau era explícitas y atrevidas, incluso escatológicas, las de Warhol «tenían una alegría que te hacía estallar de risa», recordaba un amigo. Incluso más tarde, en su infame película titulada *Blow Job*, nuestro artista prefería lo recatado a lo explícito. En realidad, no se llega a ver el acto que el título del filme promete.

Tenemos cierto conocimiento de uno solo de los dibujos que Warhol expuso en la Bodley, pero sobreviven pilas de opciones probables que, incluso cuando muestran a hombres de frente en desnudez completa, en su mayoría son agradables y educados. Mientras se desliza y pirueteа por el papel, el bolígrafo de Warhol rehúsa reconocer la diferencia entre un pene y la margarita o la pera que coloca a su lado.

«Andy tenía esa gran pasión por dibujar pollas y tenía montones de

blocs de dibujos de las partes bajas de la gente —decía su amigo y ayudante Nathan Gluck—. Son dibujos del pene, las pelotas y todo lo demás, normalmente cubiertos con un corazoncito o con un lacito atado alrededor […]. Cada vez que conocía a alguien, a veces incluso como amigo, le decía: "Déjame dibujar tu polla". […] Se bajaban los pantalones y Andy hacía su dibujo. Eso era todo. Y luego decía: "Gracias"». Como recordaba uno de sus novios: «Es asombroso cuántas personas estaban encantadas de desvestirse y posar para él. Era su personalidad; nunca parecía algo degradante ni obsceno». Warhol había rogado a un nuevo conocido que le mostrase su «salchicha» para que pudiera dibujarla, «y antes de darme cuenta —éramos todos muy jóvenes y muy tontos— estaba sentado con los pantalones bajados y con un narciso enrollado alrededor de la polla. Ese fue mi primer encuentro con Andy».

Ahora bien, que los dibujos de chicos de la Bodley captaran esa faceta desenfadada de la vida homosexual de Warhol podía ir en detrimento de su trabajo. A un crítico de arte que lo conoció por aquella época le parecía un personaje inusual y muy atractivo, pero sobre su arte como ilustrador decía que «era totalmente trivial e indigno de mención. Se me antojaba totalmente inocuo». El amigo que describía los dibujos de la exposición «Libro de chicos» como alegres decía que «te marchabas pensando que no eran originales, y algunos de mis amigos lo consideraban un artista de segunda o de tercera». En el mundo artístico de los años cincuenta, que estaba buscando innovaciones en el estilo de los cuadros, no resultaba fácil reconocer una originalidad que radicase sobre todo en el contenido, sobre todo cuando este versaba sobre el despreocupado juego del género propio del *camp*, que se resistía con sutileza a la corriente dominante. Como decía un teórico de aquel estilo: «Ser *camp* supone presentarse uno mismo como comprometido con lo marginal, con un compromiso mayor que los méritos marginales», lo cual significa que los gustos marginales estaban siendo utilizados para defender, y celebrar en secreto, el lugar de la vida homosexual en los márgenes de la sociedad. Huelga decir que eso hacía que todo el estilo pareciera… marginal. Hasta Susan Sontag interpretaba lo *camp* como un estilo superficial deliciosamente vacío, que bloqueaba por completo cualquier interés en la sustancia más profunda. Cuando por fin Warhol salió en defensa absoluta del contenido con sus cuadros de *Sopa Campbell's*, de estilo libre, se esmeró en ocultar lo *camp* más que antes, que se convirtió en una fuerza motriz más que en una serie de clichés superficiales.

Parece como si Warhol tuviera en mente la oposición a su primera muestra en la Bodley, pues las otras veces que expuso allí mantuvo el sexo en el trasfondo. Para las navidades de 1956, en el intervalo

vacacional dado a los regalos, en el que Warhol quedaba atorado a menudo, este se refugió en su lugar seguro: los zapatos. (Véase el encarte en color). «La exposición de zapatos dorados o el calzado en Estados Unidos» estaba repleta de dibujos realizados por Warhol al estilo de I. Miller, pero artificiosamente tratados con pintura dorada y adornos metálicos. Pensando con la perspectiva que dan los años en el brío que las palabras de Ralph Pomeroy habían añadido a dibujos similares en *À la recherche du Shoe Perdu*, nuestro artista propuso un nuevo concepto al asociar cada una de las imágenes de la Bodley con una celebridad diferente. Dedicó un zapato dorado a Julie Andrews que, justo a sus veintiún años, estaba causando sensación por primera vez en *My Fair Lady*, donde cantaba y bailaba con un vestuario eduardiano *campy* diseñado por el nuevo amigo de Warhol Cecil Beaton, el experto en estilo y fotógrafo británico. (Nuestro artista suplicó a un amigo común que consiguiera que Andrews visitara la exposición; esta lo hizo, pero no compró su zapato porque la madre de Warhol había escrito el nombre de la estrella como «Julia» en el dibujo). A Elvis Presley, quien también contaba veintiún años y era una flamante celebridad, le adjudicó unas botas de caballero. El más discretamente radical de los zapatos pudo haber sido el dedicado a Christine Jorgensen, celebrada como la primera transexual de Estados Unidos. Había sido vecina de la infancia de Candy Darling, la superestrella transgénero que llegaría a entablar amistad con Warhol una década después de la exposición en la Bodley. Desde los días de la universidad, y durante el resto de su vida, el travestismo influyó en la expresión personal de nuestro artista.

Otra imagen transgresora de género en la exposición de zapatos estaba dedicada a Truman Capote, a quien asignó una pantufla de mujer llena de flores marchitas propias del Sur. (Era asimismo una referencia al musical del escritor *Una casa de flores*; Warhol había dibujado a su bailarín, Geoffrey Holder). Un amigo de Capote le compró el dibujo del zapato, explicándole al escritor que el artista estaba «haciéndose muy famoso. Avanzaba a toda marcha». Capote se mostró sorprendido: «Tenía entendido que era un escaparatista».

La cobertura en *The New York Times* podría haberse leído tanto en términos muy positivos como extrañamente ambivalentes: «La crítica se mantiene en suspenso en la galería Bodley cuando se ocupa de los engalanados cuadros de zapatos de Andy Warhol, que amenazan con convertirse en las imágenes más entretenidas del panorama contemporáneo». La expectación de la crítica dimana claramente del hecho de que las imágenes del ilustrador, por muy «entretenidas» que resultaran dentro del «panorama», no son del todo el objeto de la crítica artística.

Ese podría haber sido asimismo el mensaje que Warhol se llevó a

casa debido a la impresionante cobertura que recibieron sus dibujos poco después del cierre de la exposición, nada menos que en la revista *Life*, en la que el artista tardaría siete años en volver a aparecer. Seguro que se entusiasmó ante la atención dedicada, con seis imágenes gigantes repartidas en una doble página a todo color. I. Miller compró un gran espacio en *The New York Times* para alardear de la cobertura de *Life* de «nuestro artista del calzado», y anunció que las imágenes publicadas se exhibían en el escaparate de los grandes almacenes de la Quinta Avenida, del buque insignia de la compañía. Por otro lado, el reportaje sobre Warhol en *Life* formaba parte de una serie fija, llamada «Hablando de imágenes», que lo más probable era que mostrase fotos de una bailarina metida en una cabina telefónica que cualesquiera obras intemporales de arte plástico. El escueto texto que acompañaba los zapatos de Warhol podría haber decepcionado más aún. Lo presentaba como un «artista comercial» que hacía sus trabajos para la Bodley como un pasatiempo, y afirmaba que los zapatos tenían «decoraciones de cajas de golosinas».

Sin duda a raíz de la cobertura de *Life*, un conocido de Warhol de Aspen paseó por el Oeste una muestra de los cuadros de la Bodley y del Serendipity, pero solo consiguió vender uno (la imagen bobalicona de *Happy Bug Day*), a la mujer del ilustre mecenas Walter Paepcke, director de la Corporación de Contenedores de Estados Unidos y conocido por encargar la publicidad de su compañía a célebres artistas, incluido Warhol, pero solo cuando este era ya un famoso maestro del pop. Por lo demás, la «gira» occidental del arte de nuestro artista concluyó ignominiosamente: sus cuadros fueron alquilados para ser exhibidos en elegantes zapaterías de Denver y Cincinnati. La exposición de la Bodley no corrió mejor suerte: sus únicas ventas fueron a amigos a los que Warhol suplicó que compraran.

La siguiente muestra en la Bodley llegó al año siguiente, de nuevo en Navidad, entre lo que *The New York Times* describía como «exhibiciones destinadas a atraer al comprador». Pero parecía desmarcarse de un contexto de arte comercial, pues apenas había productos o trucos publicitarios a la vista. Al igual que en la primera exposición de Warhol en la Bodley, estaba exhibiendo imágenes para un libro, del cual en esta ocasión llegaron a imprimirse unos quinientos ejemplares. Y continuó con el oro que había funcionado para sus zapatos, optando por dibujar (y más tarde imprimir) directamente en papel dorado.

No obstante, a diferencia de sus zapatos dorados, los temas de «Un libro de oro» de Warhol revestían ahora una sobriedad y una propensión lírica destinadas a señalar sus más serias ambiciones artísticas. Ofrecía dibujos basados en el fotoperiodismo socialmente consciente (incluido un niño mendigo en China), al tiempo que

mantenía cierto equilibrio entre varones y mujeres, y limitaba su erotismo a un trasero masculino que podría haber procedido de cualquier clase de dibujo del natural.

No parece que toda esa nueva sobriedad favoreciera la recepción de la muestra. *The New York Times* no acertó siquiera a percibir la transformación, juzgando la nueva obra «francamente artificial, decorativa y lujosa, y no peor por ese motivo»; un elogio tan tímido que se diría condenatorio.

En el momento de la última exposición de Warhol en la Bodley, en la Navidad de 1959 y tras un paréntesis de dos años, parece como si el artista hubiera desistido de crear arte «serio», al menos para las muestras en esa galería. La última de ellas se titulaba «Frambuesas salvajes», así como el libro que salió de ella, un juego de palabras con *Fresas salvajes*, el título de la adusta obra maestra fílmica de Ingmar Bergman. Con la ayuda de Suzie Frankfurt, una amiga del Serendipity, Warhol había propuesto «un divertido libro de cocina para personas que no cocinan», lleno de recetas jocosas tales como «Sorpresa de A&P» y «Bolas de chocolate à la Chambord» («para ser servidas con *ginger-ale* sin calorías […] para personas muy delgadas»). Pero incluso su propia colaboradora no podía por menos de calificar la obra de «chiflada» y como «una broma, perfecta para los regalos navideños», mientras que una mención en la seria revista *Arts* solo podía verla como una «payasada deliciosamente gráfica». La exposición sí que le permitió a Warhol cosechar su primer titular en *The New York Times*, pero en una página de alimentación, junto a historias tales como «Subida del precio de la pimienta» y «Conserva fresca tu tarta de frutas en papel de aluminio». Cuando intervino el auténtico crítico de arte, su descripción de la exposición en la Bodley fue notoria: una «astuta frivolidad en grado superlativo»; menos famoso es el hecho de que esta fue toda la crítica publicada al respecto, la mención en una sola frase que también reservaba espacio para otro artista que compartía el periodo navideño de la Bodley.

Las exposiciones de Warhol en la Bodley nunca le granjearon más que una atención efímera, por mucho que sus desesperados cambios de dirección (del erotismo a los zapatos, a los sobrios dorados y a la cocina disparatada) parecen un intento de dar con la receta para el éxito. Y esas exposiciones no fueron desde luego una fuente de beneficios mayor de lo que fueron jamás las muestras en el Serendipity. El propietario de la Bodley admitía que las ventas de las auténticas obras de arte eran mínimas, y en cierta ocasión Warhol tuvo que pagar para que lo enviaran de regreso veinticinco cuadros no vendidos desde la galería hasta su piso, encima de la Sala de los Pósteres, mientras que otra vez tuvo que pagar a una empresa de mudanzas por el transporte de otros veinte. Los folletos no corrieron

mejor suerte. «Iba por ahí con bolsas de la compra llenas de libros e intentaba venderlos, y nadie los quería, y a nadie le interesaban por aquel entonces», decía el coautor de Warhol en *Frambuesas salvajes*. Cuando la galería logró vender veinticuatro ejemplares de aquel pseudolibro de cocina, envió a su autor solamente trescientos dólares, de una muestra en la que él ya había tenido que pagar casi cien dólares para anuncios, gastos de envío, vasos, «mayordomo» y hielo, por no mencionar el dinero que se había gastado en las bebidas de la inauguración. Su madre se rasgaba las vestiduras por los costes del champán, que ascendían a cinco mil dólares, sin ventas que los compensasen (aunque las facturas de champán que se conservan rondan más bien los cien dólares).

En cierto sentido, las exposiciones en la Bodley fueron claramente proyectos vanidosos autofinanciados, pero cabe preguntarse cuánto alimentaron el ego de Warhol. Podrían haber funcionado mejor como reclamo para su obra comercial, toda vez que el director de la galería le consiguió varios encargos basados en las imágenes de sus exposiciones.

Con su amigo Ted Carey en el elegante decorado pagado por sus ilustraciones.

11
1956–1959

GENEROSIDAD | CHARLES LISANBY | LA VUELTA AL MUNDO | COMPRAS COMPULSIVAS | EDWARD WALLOWITCH | RAY JOHNSON | «LIBRO DE LOS PIES» | UN DECORADO PLATEADO PARA EL TEATRO | *1,000 NAMES AND WHERE TO DROP THEM*

«Andy era como una pluma flotando, una pluma que en realidad pesaba cinco mil toneladas».

La carrera comercial de Warhol podría estar despegando a mediados de los años cincuenta, pero no parece que ese éxito se le subiera a la cabeza. Quienes lo conocían en aquella época lo describían una y otra vez en los términos más positivos. «Se mostraba siempre muy agradable y sencillo», afirmaba su jefe en Bonwit. «Una personalidad arrolladora y muy dulce. Una persona dulcísima» es como recordaba al Warhol de los años cincuenta un tipo del Greenwich Village, mientras que una compañera de galería lo describía como «siempre generoso y leal […]. Dios mío, pensaba yo, ¿puede haber alguien tan dulce como este tipo?». Esta recordaba, asimismo, que se tomaba en serio a las mujeres como artistas, algo «no habitual entre los varones de su época». Philippe Jullian, el francés entendido e historiador del *camp*, le dijo a Warhol que era «la persona más encantadora que había conocido en Nueva York, como una querida hermana encontrada después de muchos años».

El «conejito» del Tech estaba todavía muy lejos de convertirse en Drella, el excéntrico vampírico que llegó a ser famoso en la Factory.

Ciertamente, había personas a las que la dulzura de Warhol se les antojaba sacarina. Hacía saltos mortales para conseguir un cliente, y sus esfuerzos para ganarse el favor y atraer la atención de alguien podían resultar transparentes y dar vergüenza ajena. Como decía un colega: «Yo sabía que en su cerebro había una pequeña computadora funcionando a ciento cincuenta kilómetros por hora», mientras que otro afirmaba: «Andy era como una pluma flotando, una pluma que en realidad pesaba cinco mil toneladas». Suponiendo que los montones de notas de agradecimiento que se conservan sean una pequeña parte del total, no podría haber habido un director artístico en toda Nueva York que no recibiera flores o un grabado de mariposas de Warhol. Si eras

alguien que podía impulsar de veras su carrera, te merecerías su último librito o una botella de champán, o quizá de licor. El crítico de *The New York Times* Stuart Preston, que escribía con frecuencia sobre nuestro artista, aceptaba pilas de dibujos y grabados suyos, un conflicto de interés del que se zafaba de algún modo.

La entrega de regalos funcionaba. Los clientes parecían absolutamente encantados por sus presentes, y no se preocupaban de motivos ulteriores. Tal vez pensaran que la adulación de Warhol iba mezclada con auténtica generosidad y gentileza. Algunos percibieron esa faceta suya (de la que tenían ejemplos concretos, de hecho) hasta el final de sus días, incluso mientras otros lo describían como un bicho raro o como un monstruo.

Quizá el altruismo de Warhol se reveló con más nitidez en algún momento de abril de 1956, cuando su querida y vieja amiga del Tech Imilda Vaughan, pese a ser lesbiana, le dio la noticia de que se había quedado embarazada «fuera del matrimonio», como se decía en aquellos tiempos. Nuestro artista, a quien por entonces le iban bien las cosas, podría haberle pagado un aborto o haberla ayudado con un servicio de pañales, pero le propuso un plan mucho más fabuloso. Estaba planificando unas extravagantes vacaciones alrededor del mundo para celebrar su recién estrenada riqueza. ¿Por qué no se apuntaba Imilda al viaje y, cuando volvieran, él declararía que era el padre del bebé? Ni que decir tiene que ella rechazó su ridícula y poco práctica oferta, tan solo el primero de los varios y lánguidos esfuerzos que haría Warhol para tener un hijo. Dos décadas después, cuando le preguntaron qué le faltaba por hacer, respondió: «Tener un hijo». Pero lo absurdo de la proposición no la vuelve menos admirable, especialmente porque el otro compañero que tenía en mente para el viaje, y a quien la presencia de Vaughan habría desplazado, era uno de los partidos más atractivos de la pandilla de Warhol.

Según Charles Lisanby, Warhol y él se habían conocido un par de años antes, en una fiesta ofrecida por un escenógrafo de la CBS que organizaba reuniones periódicas en su ático de la Séptima Avenida, en las que nuestro artista era conocido por dibujar a los invitados, sin duda como una alternativa al parloteo. «Siempre parecía muy incómodo en las fiestas y estoy seguro de que lo estaba. No sabía cómo integrarse, divertirse y conocer a gente. No tenía habilidades sociales», decía Lisanby, que sí había cultivado esa gracia. Warhol no podía haber permanecido inmune a la belleza y la elegancia de ese joven, alto y de tez oscura, procedente de una familia sureña aficionada a los caballos. Un amigo de los círculos *camp* de Nueva York decía que se imaginaba pintando un retrato de Lisanby «bajo un pórtico blanco rodeado de esbeltos esclavos y pavos reales».

Esa velada en que conoció a Warhol, decía Lisanby, él hizo el

primer acercamiento «a un tipo pequeño y extraño que llevaba toda la tarde sentado en un rincón». Hablaron de arte y Lisanby reconoció el nombre de su nuevo amigo, todavía no famoso pero familiar para él porque ambos se movían y trabajaban en círculos similares.

«Tuve que marcharme temprano y Andy dijo que él también se iba —recordaba Lisanby—. Una vez abajo, había comenzado a llover y estábamos de pie bajo el toldo de una tienda de taxidermia. En el escaparate había un pavo real disecado sobre un pedestal. Le conté que había crecido en una granja de Kentucky con una bandada de pavos reales. Compartimos un taxi y Andy me dejó en casa. Mientras el coche se alejaba, caí en la cuenta de que no sabía su número de teléfono… pero, cuando regresé a casa del trabajo al día siguiente, aquel pavo real disecado me esperaba delante de mi apartamento. Así es como nos conocimos».

Lisanby era cuatro años mayor que Warhol y había llegado un poco más lejos en su carrera cuando se conocieron. Tuvo la fortuna de conseguir trabajo como diseñador de producción para el incipiente mundo de la televisión, donde también se había asomado Warhol. (Lisanby llegaría a ser un personaje importante en la escenografía televisiva).

Durante los años siguientes, los dos mantuvieron una relación que oscilaba entre la amistad, el flirteo y el romance; probablemente dependiendo de a cuál de ambos se le pidiera que la describiese. Según la versión de Lisanby, fueron «íntimos amigos durante muchísimos años», y eso es lo que parece, a pesar de que rara vez fuese una relación física. «Creo que [Warhol] no quería sexo —recordaba el kentuckiano—. Decía que pensaba que el sexo era "turbio". Esa era su palabra, era demasiado "turbio y desagradable". Me dijo que había tenido relaciones sexuales unas cuantas veces, lo había probado y la verdad es que no le había agradado». No obstante, es posible que la declaración de Warhol a Lisanby fuese una manera de poner buena cara ante la imposibilidad de acostarse con su hermoso amigo, pues hay sobradas evidencias de que el artista disfrutaba con toda clase de contactos eróticos en esos primeros años y en el transcurso de su vida. Lisanby recalcaba que, en lo tocante a la función sexual, su amigo era «normal en todos los aspectos», lo cual insinuaba alguna clase de conocimiento directo de la materia. Un amigo de los años cincuenta citaba a Warhol diciendo: «Oh, cuánto me duele el trasero, esta noche he conocido a un bombón que me ha dado por el culo», y aseguraba que no creía al artista; había aceptado una imagen común de este como asexual que no se sostenía.

A los pocos años, Warhol se sometería a cirugía por verrugas anales y un desgarro, y una década más tarde tomaría penicilina por causa de una enfermedad venérea. Taylor Mead, uno de sus más íntimos

colaboradores gais a lo largo de los años sesenta, afirmó en cierta ocasión que su amigo «hace unas mamadas formidables cada vez que tiene ocasión». Otros varios amigos del pop o bien fueron testigos de las relaciones sexuales de Warhol, o bien le oyeron alardear de ellas. Por la época en la que el artista estaba cortejando a Lisanby, se enfadó con su antiguo ayudante, Vito Giallo, por no unirse a él en las «lecciones de sexo» de los miércoles por la noche que estaba recibiendo de una amiga y su amante marinero. (Warhol diría más tarde que había practicado el sexo con mujeres). «Aquello era demasiado extraño para mí», decía Giallo, un homosexual nada puritano.

El persistente mito de que a Warhol no le gustaba el sexo o no lo practicaba tal vez implique algún resto de homofobia en nuestra cultura. Si hemos llegado a aceptar que uno de nuestros iconos artísticos fuese homosexual, seguimos prefiriendo no imaginárnoslo metido en harina con hombres. Habida cuenta del mundo homófobo en el que Warhol creció, también él gustaba de desalentar cualquier pensamiento sobre él mismo gozando en la cama.

No habiendo logrado convertir a Lisanby en amante, Warhol lo añadió a su lista de confidentes telefónicos. Se llamaban cuatro o cinco veces al día, incluso cuando iban a cenar juntos en locales frecuentados como el Serendipity y el Café Nicholson. También tenían citas dominicales habituales, que llamaban «clases de dibujo». El «gran héroe» de Lisanby era Norman Rockwell, y sus destrezas tradicionales a la par que rígidas como delineante debieron de impresionar o al menos intrigar a Warhol. Se reunían en el piso de Lisanby y dibujaban a amigos, flores o los objetos artísticos dispersos entre la decoración, incluida una estatuilla de un gallo (obviamente un *cock*, que en inglés significa al mismo tiempo «gallo» y «polla»), que ambos hombres dibujaron en cierta ocasión a la vez.

En los comienzos de su amistad, Warhol había tomado medidas, audaces aunque infructuosas, para ganarse a Lisanby, salpicando los anuncios para I. Miller con las iniciales «C. L.» e incluso pintándolas en estela en un escaparate de Bonwit Teller. Cubrió una hoja de papel con cincuenta y dos corazones —uno por cada semana del año— y escribió también «C. L.». En febrero de 1956, Warhol había asignado a Lisanby un papel estelar en la exposición del «Libro de chicos» en la Bodley. No es de extrañar que, al cabo de unos pocos meses, por la época en la que su antiguo novio Carlton Willers le informó sobre su nuevo matrimonio, Warhol anduviera planeando recorrer el mundo con Lisanby. No podían haber estado más en sintonía con el espíritu de la época: a los pocos meses de su regreso, la película *La vuelta al*

mundo en 80 días, filmada en muchos de los mismos lugares exóticos que visitaban, fue un gran éxito de taquilla y ganó toda suerte de Premios Oscar.

A mediados de mayo, Warhol había obtenido un permiso de conducir de principiante y estaba pagando clases de autoescuela tanto para él como para Lisanby, aunque durante una de ellas chocó contra un taxi en Park Avenue y desistió para siempre de llevar un coche. «Mi mente vaga demasiado para conducir —decía—. Siempre me he preguntado cómo puede la gente conducir coches. Nunca recuerdo lo que hay que hacer».

Warhol consiguió asimismo su primer pasaporte, que le inscribía como rubio. Seguramente ese sería el color de su peluca aquel día; durante el viaje llevó un peluquín oscuro. Un mes más tarde, su madre y los gatos que quedaban estaban a buen recaudo con su hermano mayor en Pittsburgh, así que los dos amigos despegaron en clase turista, en una loca carrera alrededor del globo que parece una de esas aventuras en las que uno no sabe ni en qué día vive. El itinerario de vuelo del agente de viajes ocupa tres páginas enteras e indica que se tardan siete semanas para desplazarse desde Nueva York hasta Ámsterdam, pasando por aeropuertos de San Francisco, Honolulú, Tokio, Yakarta, Bangkok, Calcuta, Roma y otras dieciocho ciudades, amén de todos los destinos intermedios a los que los amigos llegaban en coche, tren o barco. Siendo esa la época inmediatamente anterior a la era de los jets, el trayecto en avión de hélice desde Hawái hasta Japón, a la sazón uno de los vuelos más largos del mundo, duraba alrededor de dieciocho horas.

El viaje tuvo un comienzo complicado. En el primero de sus dos días en Honolulú, mientras Warhol descansaba en su habitación, Lisanby salió a la playa a ligar. Conoció a un prostituto joven y encantador que volvió con él al hotel para hacer unas «fotos». Cuando ambos se presentaron en la habitación, Warhol se enfureció: «¿Cómo te atreves a traerte a alguien aquí?», le gritó atacando a su mejor amigo con los puños.

Lisanby se retiró y regresó esa noche para hablar con Warhol:

> Él rompió a llorar y luego se puso peor y era incapaz de parar. No podía dejar de sollozar histéricamente y llorar en la cama […]. Con voz suave y temblorosa, dijo: «Te quiero». Yo le respondí: «Lo sé, Andy, y yo también te quiero». Él replicó: «No es lo mismo». Y yo le dije: «Ya sé que no es lo mismo, tienes que entenderlo, pero sí que te quiero».

Puede que Warhol nunca tuviera demasiada suerte con sus idilios —¿cuántas personas gais la tenían en esa época?—, pero sus allegados creían que, incluso bajo la más fría y plástica de su superficie pop, siempre fue un romántico empedernido. Como tantos de nosotros,

estaba profundamente volcado en encontrar un alma gemela, y se sentía confuso y miserable cada vez que su búsqueda fracasaba, lo cual sucedía con frecuencia. «Se me ha roto el corazón varias veces», decía Warhol unos cuantos años antes de su muerte, tras la última de sus numerosas rupturas amorosas. Pero era asimismo un tenaz superviviente. Al recordar el viaje con Lisanby, supuestamente dijo que «a veces dejamos que los mismos problemas nos hagan sufrir durante años, cuando deberíamos decir: "¿Y qué?". Esta es una de mis expresiones favoritas. ¿Y qué? Mi madre no me quería. ¿Y qué? Mi marido no me folla. ¿Y qué?».

La mañana después de su pelea, el Warhol del qué-me-importa estaba retozando con su amigo en la playa. Lisanby con un minúsculo bañador que le daba un aspecto robusto, mientras Warhol, como siempre, llevaba pantalones y manga larga.

El resto del viaje fue como la seda. Sorprendentemente, Warhol resultó ser un viajero tan intrépido como Lisanby. Degustaron comidas exóticas, conocieron a cazadores de cobras en taparrabos y desafiaron a la muerte cruzando un puente hecho con los troncos de árboles partidos, e incluso cuando Lisanby perdía los papeles, Warhol mantenía la calma y disfrutaba del viaje. Un corazón de acero yacía siempre bajo su superficie pusilánime. O, cuando menos, su pasividad podía ayudarlo a mantener la serenidad: «A veces él no sabía bien dónde estaba. Simplemente seguía adelante, día a día», recordaba Lisanby.

Para Warhol, los momentos más importantes del viaje quizá fueran artísticos. Lisanby y él visitaron todos los lugares famosos de Asia, como las ruinas de Angkor Wat y los templos de Japón y de Bali, que debieron de recordarle su trabajo de hacía una década en el baile de Beaux Arts del Tech ambientado en la ciudad indonesia. Warhol dibujaba como un loco todas esas escenas, o las fotografiaba, o a veces quizá las dibujaba a partir de fotografías. Las imágenes que se conservan muestran que nuestro artista tenía un ojo fino para las composiciones clásicas; más adelante, cuando buscaba un aspecto más despreocupado en sus instantáneas, era claramente por decisión propia, no por falta de destreza.

Lisanby cayó gravemente enfermo en Calcuta, de modo que los amigos cambiaron de planes y volaron a Europa para pasar las dos últimas semanas de su viaje. El enfermo quería recuperarse con comodidad en la casa de su «amiga la *contessa*», que regentaba una *pensione* al pie de las escaleras de la plaza de España en Roma. Warhol sacó provecho de la enfermedad de su compañero. En esa quincena final, en lugar de recorrer Nepal, según lo planeado, llegó a visitar toda clase de monumentos y museos europeos (las termas de Caracalla en Roma, el Baptisterio de Florencia, el Rijksmuseum de Ámsterdam),

donde tuvo contacto directo con algunas de las obras maestras contra las que tendría que medirse como artista. Tal vez fuera uno de los desencadenantes del tono, más serio y cultivado, que adoptó para la serie «Libro de oro» de 1957, que evocaba los fondos relucientes de los mosaicos florentinos, que Warhol había pagado unos centavos para ver iluminados. (Conservaba el recibo). Desde el comienzo, había concebido el viaje como una búsqueda de «nuevas ideas artísticas» y, por lo que parece, encontró algunas. Casi dos años después continuaba hablando de los «hermosos cuadros» que estaba planeando pintar basándose en sus recuerdos de Oriente.

Según algunos, Warhol se habría sentido deprimido y ansioso tras el viaje, y enojado con Lisanby por el incidente de Hawái, pero era evidente que les quedaba suficiente afecto para seguir trabajando y divirtiéndose juntos. Su colaboración más importante era un texto extenso y original que Lisanby escribió para *25 Cats Named Sam*, que había imaginado escrito íntegramente por Julia Warhola e ilustrado por su hijo. No obstante, cuando se publicó el libro, todo cuanto quedaba de las labores literarias de Lisanby era el título, que incluía un nuevo error ortográfico de Julia (había omitido la «d» de *named*), y el subtítulo «And One Blue Pussy»; Warhol había suprimido por completo el texto de la historia original de Lisanby y reducido el cómputo de felinos a veinte. Esa decisión tiene mucho sentido artístico: tener un recuento de gatos que no encaja con el título resulta más sorprendente, y un gesto muy warholiano, que presentar obedientemente veintiséis dibujos de gatos para acompañar un cuento sobre veintiséis de ellos, incluida la «gatita azul»; como el más encorsetado Lisanby podría haber hecho. Siendo un artista moderno bien capacitado, Warhol siempre prefirió la ruptura a la perfección y ese fue uno de los secretos de su genio a lo largo de su vida: «Si un trabajo no salía bien, puede que a Andy le gustase aún más […]. A veces sentía que ello añadía diferentes dimensiones a algo», decía el impresor del libro de los gatos. Pero el sacrificio de los animales del libro entrañaba asimismo una dimensión práctica. Según Lisanby, Warhol no quería gastar el dinero en papel extra (al parecer, una hoja impresa completa de seis páginas sin cortar) que habría requerido la inclusión de los veintiséis felinos de la historia original. Aunque nuestro artista pop llegaría a ser famoso por su tacañería, este es uno de los pocos ejemplos de su racanería en los años cincuenta, a pesar de que, en la época de los *25 Cats*, las cosas le iban mejor de lo que jamás podría haber imaginado.

Good Housekeeping.
Harper's Bazaar.
House and Home.

McCann Erickson.
George Nelson.
The New York Times.
Ogilvy, Benson & Mather.
Redbook.
Tiffany.

Esta es solo una pequeñísima muestra de los clientes que aparecen en la lista de facturaciones que Warhol elaboró en el otoño de 1956, y que se suman a los pedidos regulares de I. Miller. Varios agentes le llevaban clientes, y parece que llegaba a ingresar alrededor de tres mil dólares en un buen mes, cifra que quizá habría que multiplicar por diez en dólares del siglo XXI, una suma muy respetable para un joven cuya carrera apenas había empezado hacía cinco años. Era tanto dinero como el que ganaban los artistas ilustradores Ben Shahn y Saul Steinberg, y más de lo que se consideraba apropiado incluso como el salario del ejecutivo de unos grandes almacenes. Warhol no tardó mucho en contratar un contable, constituir una empresa llamada Andy Warhol Enterprises (directores: Andy y Julia Warhol) y disponerse a gastar su nueva fortuna.

La misma vuelta al mundo había marcado el inicio de sus dispendios, ya que solo los pasajes costaron casi mil setecientos dólares, que venía a ser el equivalente a dieciocho meses de alquiler. Durante su estancia en el extranjero fue un comprador compulsivo. Entre la avalancha de artículos enviados a casa se incluían, desde Japón, un biombo y porcelanas. Desde Tailandia llegaron sedas, una cabeza de Buda de bronce y una piel de tigre que se conserva hasta la fecha. Italia suministró un montón de cachivaches de madera tallada a mano. En Hong Kong, un sastre le hizo a Warhol un armario lleno de ropa a medida, incluidos un *blazer* de cachemira y un traje beis de seda cruda. Los nuevos atuendos (algunos de los cuales existen todavía) respondían a los más recientes estilos neoeduardianos inspirados en los «jóvenes elegantes» de Londres, tenían tres botones y solapas estrechas y altas, como el propio Warhol había ilustrado en *Esquire*. En secreto, seguiría siendo un esnob de la ropa durante el resto de su vida: «Ni forros, ni pinzas ni costuras acabadas», se quejaba en relación con la sastrería de consumo masivo de los años setenta.

Los sastres neoyorquinos tenían tanto éxito como los hongkoneses. Los primeros cheques que I. Miller había pagado a Warhol habían costeado ya un centenar de camisas blancas idénticas de Brooks Brothers, seguidas de un traje de trescientos dólares y un par de abrigos hechos a mano por más de doscientos dólares, incluido un llamativo modelo cruzado a cuadros negros y blancos con un forro

fucsia; una combinación conocida por haber sido la preferida del francés Jean Cocteau, adalid de lo *camp*. Warhol estaba encantado de jactarse del coste de un nuevo y elegante traje cuyos pantalones tenían un forro rojo estampado de cachemira, que exhibió bajándoselos en una fiesta navideña. («Muy insinuante, revelador, ajustado»: así describía un amigo el corte de pantalón preferido por Warhol). Y el nuevo aspecto de nuestro artista estaba coronado, por decirlo así, por su famosa rinoplastia, que, exitosa o no, generó una factura de quinientos dólares del cirujano plástico de inclinaciones artísticas que la llevó a cabo.

La ópera era otra extravagancia y, ante la insistencia de Lisanby, Warhol vestía corbata negra cada vez que asistían. El invierno posterior a la vuelta al mundo, acudía semanalmente a la Metropolitan Opera para ver el ciclo completo del *Anillo* wagneriano, así como óperas célebres como *La Bohème*, *Tosca* y *Las bodas de Fígaro*. (Todavía conservaba su suscripción a dicha compañía quince años después, cuando le costaba ochocientos dólares anuales). En Broadway, Warhol asistía a todos los espectáculos, desde los de Tennessee Williams y Eugene O'Neill hasta *West Side Story* y *The Music Man*, así como una revista protagonizada por T. C. Jones, la pionera de la imitación femenina.

Y, por supuesto, toda esa espléndida vida social requería la lubricación con champán, cosecha de Piper-Heidsieck, que Warhol compraba en cajas y almacenaba en un frigorífico reservado a tal efecto. El mito de que el artista era prácticamente abstemio cae bajo el peso de las evidencias. Admitió ante su médico que bebía unas cuatro copas diarias, lo cual probablemente significa que empinaba el codo bastante más que eso. El doctor le palpó el hígado y le indicó que moderase el consumo.

«Le gustaba colocarse con whisky», recordaba un amigo, y los recibos de su archivo muestran que Warhol compraba esa bebida por cajas y más cajas. Incluso había planeado hacer un libro de recetas de cócteles, aunque jamás llegó a componer la oda a la buena vida.

«Su idea de una forma maravillosa de pasar una tarde de domingo consistía en tomar un *brunch* en el Palm Court del hotel Plaza —recordaba un crítico de arte que conoció a Warhol a finales de los cincuenta—. De vez en cuando, si se le antojaba la comida rápida, alquilaba una limusina para reunir a sus amigos y llevarlos a Nedick's, en la calle Ochenta y seis Este. El chófer esperaba mientras él y su pandilla comían perritos calientes».

Un amigo reflexionaba sobre el personaje de Warhol de los años cincuenta desde el punto de vista de finales de los sesenta: «Rebosaba ganas de diversión, era sumamente popular; nada semejante a la lúgubre personalidad que ha desarrollado. En aquellos años, su casa

estaba siempre llena de la gente más divertida y agradable. Andy daba las mejores fiestas. Había accesorios de Tiffany por todas partes».

La «casa» en cuestión, repleta de artículos de Tiffany, era el fruto del mayor regalo que Warhol se hizo a sí mismo después del viaje: una importante expansión de su espacio vital.

Cuesta imaginar lo abarrotado que seguramente llegó a estar el piso de la cuarta planta, con la cantidad de trabajo que Warhol estaba consiguiendo, el ayudante que había instalado allí y los montones de ropa y *souvenirs* asiáticos que empezaron a llegar más tarde. Tal era el enfado de su madre que había tirado a la basura algunas de las compras que su hijo hiciera durante la vuelta al mundo; por fortuna, otras se habían enviado directamente a la dirección de Lisanby, sin duda para su almacenaje hasta que Warhol encontrara un sitio para ellas en casa. Y debía de haber asimismo montañas de cajas llenas con todos los recibos, resguardos de pasajes, postales navideñas y otros «preciosos» recuerdos que Warhol conservó hasta el día de su muerte. La acumulación que llegaría a ser patológica más adelante debió de mostrar síntomas iniciales en torno a la época de sus primeros éxitos profesionales.

«Ese ático era un caos. No puedo describirlo. Desde el suelo hasta el techo había pilas de revistas, papeles de calco viejos, dibujos antiguos, muchos lienzos», decía un nuevo amigo que hizo Warhol por entonces. La solución llegó en noviembre de 1957, cuando nuestro artista se hizo con un segundo apartamento de su edificio, dos pisos más abajo, en la planta principal, que era mucho más grande. Un amigo lo recordaba como «maravilloso, muy espacioso y elegante», un «apartamento enorme» que costaba casi el doble de lo que Warhol estaba pagando ya por su primer piso en el ático. Con el desorden de su negocio ahora recluido ahí, junto con Nathan Gluck y los dos gatos que quedaban, Warhol se dispuso a convertir su nueva casa en la planta principal en un hogar confortable para él mismo y para su madre; pero, ante todo, en un espacio para «exposición» y para el entretenimiento de «los montones de bellezas que circulaban por el lugar». Estas incluían *drag queens* «de la glamurosa clase de coristas de los años cincuenta», decía un amigo de ese momento que era crítico de arte, y trazaba una distinción entre ellas y los «travestis de finales de los sesenta, deliberadamente chabacanos», que llegarían a ser un elemento tan importante en la escena y la creación artística de Warhol en los años setenta.

Dado que una de las «bellezas» que habían fundado el Serendipity se había mudado recientemente a un apartamento en la planta intermedia del mismo edificio, Warhol les encomendó a él y al resto del equipo del restaurante la decoración de su nueva vivienda. «Utilicé líneas limpias y simples, en contraste con su espacio de trabajo, que

estaba abarrotado», decía Stephen Bruce. En primer lugar, los artistas del Serendipity lo pintaron todo de blanco, añadiendo la ocasional floritura del *art nouveau*, y, con el fin de maximizar la luz, instalaron cortinas «de cafetería» muy plisadas, que solo ocupaban la mitad superior de las ventanas. Montones de palmeras en macetas y falsos azulejos de Delft pintados en algunas de las paredes producían el efecto de un solárium victoriano.

Warhol «estaba empezando de cero y no tenía nada de su propiedad», recordaba Bruce, de modo que sus amigos del Serendipity le llevaron también los enseres distintivos de su local: platos de porcelana blanca, un montón de muebles de madera curvada y una lámpara colgante de Tiffany, que más tarde volverían a llevarse cuando nuestro artista se negó a pagar los mil doscientos dólares que querían por ella.

Warhol fue aún más allá. Además de todos los objetos exóticos que adquirió en su vuelta al mundo, comenzó a amasar antigüedades y coleccionables, práctica que se convertiría en una obsesión de por vida. Lisanby le enseñó a comprarlos. Ahora bien, aunque al principio Warhol parecía seguir los gustos del aristocrático de su amigo, comprando cosas tales como grabados japoneses y un biombo decorado con pavos reales, pronto desplazó su atención hacia el arte popular, la herencia cultural norteamericana y toda clase de curiosidades. Su apartamento no tardó mucho en rebosar de las máquinas antiguas de hierro fundido que había en los salones recreativos. Una de ellas se llamaba «Bocanadas de fragancia» y otra, «Golpéame o abrázame por solo un centavo». La colección incluía asimismo una escultura tallada de un indio perteneciente a una tabaquería, letreros de tiendas de antigüedades, caballos de carrusel tallados, asientos hechos con cuernos de animales y ramas y, por supuesto, un pavo real disecado, tan clásico de lo *camp*. La gigantesca bola de discoteca que se convertiría en un icono de la Silver Factory de los años sesenta de hecho apareció en escena por vez primera como un peligroso tropiezo en el piso del sur de Lexington. Philippe Jullian, aquel amigo de Warhol que era uno de los eruditos *campy* más notables y entendidos en lo *camp* de la historia, escribió que «los gais tienen objetos como si fueran sus hijos […]. Mal adaptado a la sociedad, el homosexual es más propenso a la nostalgia».

El coleccionismo de Warhol devino tan feroz que, a finales de los cincuenta, le comentó a un amigo que podría abrir una tienda de antigüedades con todos sus excedentes, y hacía que los marchantes a quienes compraba escribieran en sus facturas «para reventa», con el fin de poder declarar sus objetos de arte como inventario. La idea de que el propio Warhol se convirtiera en un marchante no era tan descabellada como podría parecer. Los «humildes» objetos que había

estado adquiriendo alcanzaban precios elevados incluso por aquel entonces. A los pocos años, los caballos de carrusel se valoraban en mil seiscientos dólares; la escultura de la tabaquería, en mil quinientos, y la cama con dosel de estilo colonial temprano, en setecientos cincuenta dólares, sumas considerables todas ellas en dólares Kennedy.

Esas cifras reflejan un hecho relevante: desde hacía ya algún tiempo, esas curiosas antigüedades se habían ido incorporando a la vanguardia de la cultura y el gusto modernos. Hacia comienzos del siglo XX, toda clase de objetos de artistas naífs, anónimos y marginales fueron rescatados por los pioneros del movimiento moderno (Picasso, Klee y otros héroes tempranos de Warhol), quienes los pregonaban como fuentes de una nueva estética. Con sus estrechos vínculos con las obras de y para niños, la mayor parte de los folletos y las ilustraciones de nuestro artista en los años cincuenta tenían un acusado sesgo falsamente naíf. Las imágenes juguetonas que proponía se le habrían antojado de un auténtico estilo moderno, aunque el mundo artístico neoyorquino, obsesionado con la poderosa abstracción, no podía seguirlo por esa senda. La primera vez que su pop art captó la atención de la prensa, Warhol mintió descaradamente diciendo que era autodidacta; tal era su confianza en la conexión entre el marginalismo y la cultura vanguardista.

Una fusión de lo naíf y lo ultrasofisticado, de lo *vintage* y lo moderno, se plasmó en la decoración *camp* del nuevo piso de Warhol. A juicio de un teórico del estilo, la esencia misma de lo *camp* quedaba definida en los «patos de porcelana […] en una casa de muebles por lo demás modernistas y a la moda». La vieja madera curvada *campy* traída del Serendipity se consideraba ya un clásico moderno digno del MoMA, y Warhol emparejaba esas piezas antiguas con las más recientes innovaciones en diseño. Incluso antes de su viaje alrededor del mundo había empezado a hacerse moderno: se gastó casi doscientos dólares en la última mesa de teca y, a juego con ella, encargó especialmente una impresionante cubertería Danish Modern de plata maciza que tenía las mismas líneas esbeltas, casi caricaturescas, que sus dibujos más caligráficos. Esa mesa y esos cubiertos convivían con piezas de los diseñadores modernos estadounidenses de mitad de siglo Charles Eames, Florence Knoll y Eero Saarinen, adquiridas como material de oficina para seguir fingiendo ante el fisco que el piso inferior de Warhol se estaba utilizando para negocios.

El amigo de Warhol Jack Lenor Larsen, el diseñador textil de vanguardia, recordaba una llamada que recibió de él por esa época: «Soy Andy, necesito tu ayuda. Mi contable dice que tengo que comprar algo. ¿Cuál es el mueble más caro?». Larsen le recomendó las

piezas modernas exquisitamente diseñadas por Dunbar, una firma estadounidense de élite y, en efecto, la siguiente vez que pasó por casa del artista, la empresa estaba metiendo los muebles con grúa por la ventana.

Warhol también se estaba gastando su nueva fortuna en costosas obras de acreditados artistas modernos de la talla de Toulouse-Lautrec, Matisse, Magritte, Shahn, Roberto Matta, Pável Chelishchev y Leonor Fini, estos tres últimos con un prestigio mucho mayor que el que tienen actualmente. Warhol habría otorgado especial importancia al ruso porque era una figura prominente en el mundo cultural homosexual, así como la pareja del poeta y editor Charles Henri Ford, que más tarde formaría parte del círculo pop de nuestro artista. La más ambiciosa de las varias obras de Chelishchev que Warhol poseía hace alusión al dilema mental compartido por aquellos hombres: representa a un solo joven bien vestido, dividido en dos yoes que parecen estar abrazándose.

Da la impresión de que el coleccionismo de Warhol se centró en torno a los artistas modernos europeos que vendían en las galerías más tradicionales de Nueva York, como la Hugo y la Bodley. No parece que se animara a sacar su billetera ante ninguna vanguardia estadounidense más reciente, al menos al principio.

Como era habitual en Warhol, su primera incursión en la vanguardia más seria de Nueva York seguramente dependió de los contactos sociales. Tras unos cuantos años dedicados a acomodarse en los ambientes culturales del panorama *queer* de la parte alta de Manhattan —«la camarilla de escaparatistas y peluqueros», como decía un amigo malicioso—, parece que Warhol penetró en el mundo menos convencional del Greenwich Village.

Por aquel entonces, la Nueva York gay estaba dividida en dos círculos radicalmente opuestos, según Jean-Claude van Itallie, un dramaturgo amigo de Warhol recién llegado de Harvard y recién salido del armario que era un fiel residente del Greenwich Village.

La zona norte de Manhattan, que una guía describía como «la parte alta de Bohemia», era una alternativa al Village para los «tipos artísticos adinerados» que alternaban en sus «concurridos bares para desviados». El panorama podía tender allí hacia un estilo muy «de viejas reinas», según Van Itallie, y consistía en beber y llevar la vestimenta adecuada. «"Superficial" era realmente la palabra clave a mi juicio para la parte alta […]. Eras *camp* y te emborrachabas», decía el dramaturgo, quien recordaba ese mundo como el de Warhol. La única cita de ambos tuvo lugar en un local hortera de aquella zona decorado con sombrillas de playa, donde el artista le pidió bailar lento

«y yo no estaba acostumbrado a bailar con otros hombres […]. Al colocar nuestras manos, teníamos que decidir quién iba "arriba" y quién iba "abajo", casi como si estuviéramos decidiendo la postura sexual para después. Para dos tipos bastante tímidos y bien educados de clase media como Andy y yo, aquello resultaba, en fin, incómodo». (Le desagradaba asimismo la evidente peluca de Warhol y, más tarde, la falta de higiene de este, algo de lo que los amantes todavía se quejaban en 1965). Para Van Itallie, nuestro artista era «un diseñador de la parte alta, y no es que ese sea el estatus más elevado que yo otorgaría a alguien».

En el otro extremo de Manhattan y de la sociedad estaba el panorama informal del centro del Village, cuyos residentes, como decía un vecino de la época, consideraban la homosexualidad «como una cuestión de gusto» y no veían «ninguna razón por la que hombres y mujeres no pudieran cambiar de sexo al igual que cambian de ropa o de corte de pelo». En aquella zona, decía Van Itallie, ser gay y ser artista podían parecer casi lo mismo, y la creación artística tenía que ir acompañada de «una intención sagrada», no de un propósito comercial. Esa era la esfera a la que Warhol estaba ansioso por aproximarse. «La generación *beat* había transformado los estilos de vida; era algo contagioso», decía el cineasta vanguardista Jonas Mekas, que aterrizó en la escena del Village en torno a la misma época que Warhol.

Ya existen indicios del contacto de nuestro artista con ese mundo en su «Libro de oro», que vendió y expuso en diciembre de 1957. Varios de sus dibujos más sobrios estaban basados en el fotoperiodismo socialmente consciente de Edward Wallowitch, un fotógrafo del Village cuatro años más joven que Warhol que mereció un retrato a toda página en el libro de este. Edward había llegado de su Filadelfia natal a finales de 1955 para vivir con su hermano mayor, John, un músico que había estudiado en Juilliard y estaba comenzando entonces su larga carrera en el cabaret como la «encarnación dandi de un pianista tradicional».

Nathan Gluck conoció a Edward a través del hermano pianista de este y quedó impresionado de inmediato por la obra del joven fotógrafo, que «se catapultó a la fama», como declaraba *The New York Times*, después de que el periódico les dedicara atención a él y a sus imágenes. En pocos años, una de las fotos de Wallowitch se había granjeado un espacio en la exitosa exposición «La familia del hombre», organizada por Edward Steichen, el legendario comisario de fotografía del museo y el primer gran defensor del artista. Gluck presentó a Warhol y a Wallowitch, un lituano alto con exuberante cabello oscuro, y ambos empezaron a asistir a las fiestas de las celebridades de la fotografía, como llegaría a ser característico de Warhol dos decenios

más tarde. En algún momento de 1956 los dos amigos se hicieron amantes.

«Ed no podía quitar las manos de Andy, y Andy estaba siempre encima de Ed […]. Mi hermano era muy ocurrente y Andy era muy dulce en aquellos tiempos. Adorable. *Artistique*», decía John Wallowitch. Este contaba también que se había tropezado con los amantes «como locos en plena faena» en su piso del Greenwich Village, y asimismo los habría sorprendido *in fraganti* el dramaturgo de la Factory Robert Heide, que Wallowitch, un antiguo amante, había presentado a Warhol a finales de los años cincuenta.

Las numerosas fotografías que nuestro artista hizo a Ed Wallowitch pintan una imagen más tierna de su romance, captando al joven y entrañable ilustrador —«bueno… dulce y amable»— que causaba tan grata impresión en la gente en los años cincuenta. Una hoja de contacto completa muestra a Warhol haciendo saltar sobre sus rodillas uno de sus gatos siameses; en otras instantáneas aparece con aire soñador y sensible, con un ramillete de flores.

«Yo pensaba que esos chicos iban a hacer algo realmente grande juntos», decía John Wallowitch; de hecho, su hermano y Warhol hicieron algunos intentos de colaboración. Para un reportaje publicado en la revista *Seventeen* a principios de 1958, por ejemplo, trabajaron juntos en una sesión fotográfica en la que se proyectó un paisaje urbano dibujado por Warhol sobre la hermana pequeña de Wallowitch, Anna Mae, una joven deslumbrante de veintiún años que a veces posaba como modelo para ellos y que apareció en «Libro de oro». Durante algún tiempo, Anna Mae actuó asimismo como agente de Warhol y lograba conseguirle contratos, el más destacado de los cuales fue para la portada de un libro que llegaría a exhibirse en una valla publicitaria de Times Square; una visión que debió de ser de lo más placentera para él, especialmente porque el libro trataba sobre el aire bohemio del Greenwich Village. En otros proyectos que nunca llegaron a publicarse, Wallowitch proyectaba sus propias fotos suburbiales sobre el rostro de Warhol, evocando las reproducciones de mariposas que este había hecho con Otto Fenn, pero ahora con una dimensión de conciencia social mucho más sobria y sin rastro de lo *camp*.

Ed Wallowitch tenía un compromiso puritano con el arte «serio». Algunas de sus fotografías de grafitis evocan la estética vanguardista de Jean Dubuffet y Claes Oldenburg, y sabemos que rechazaba encargos de publicaciones prominentes y exitosas como *Life* y *Vogue*. Con esta actitud encajaba a la perfección en los valores alternativos de los círculos del Greenwich Village en los que se movían él y su hermano. Los locales *queer* que frecuentaban, como el Caffe Cino y el restaurante Aldo's, estaban comenzando a rivalizar con el Serendipity

por los afectos de Warhol. El propio apartamento de los hermanos, en un sótano «de estilo bohemio», era otro de esos lugares, «una especie de salón para artistas, escritores, músicos, actores y cantantes».

Desde su base en la casa de los Wallowitch, Warhol entabló amistad con figuras tan genuinas del Village como el crítico Stanley Amos, quien declaraba estar «más en casa, en Bohemia, que en cualquier otro lugar». Warhol llegó a conocer también al artista postal Ray Johnson.

Aunque las pruebas de la amistad temprana de nuestro artista con Johnson son básicamente circunstanciales, parece que fue sobre todo este quien, en ese momento prepop, lo empujó hacia la creación —o quizá incluso el reconocimiento— de lo último en el arte digno de museo. Johnson había estudiado en el Black Mountain College, donde había entablado amistad con John Cage y Merce Cunningham en un momento en que Warhol solamente podía soñar con ello. Tras su llegada a Nueva York en 1949, Johnson tuvo una carrera comercial en estrecho paralelismo con la de nuestro artista, probablemente porque este le ofreció algunos de sus conocimientos y contactos del sector. Johnson y Warhol, ambos más o menos de la misma edad y homosexuales, trabajaban con frecuencia de la misma manera marginal y a veces empleaban unos caracteres infantiles similares, que vemos en una serie de odas a los zapatos bastante warholianas escritas por Johnson; un tema común que abona la idea de que ambos compartían un tiempo considerable. Los dos amigos terminaron haciendo trabajos comerciales para muchos de los mismos clientes: Columbia Records, New Directions, el departamento de escaparatismo de Bonwit Teller y revistas como *Interiors*, *Harper's Bazaar* y *Seventeen*.

Pero si Warhol estaba quizá a la cabeza en el mundo comercial, Johnson tenía mejores credenciales y contactos en el mundo de la vanguardia, como habría descubierto aquel cuando llegó a ser un asiduo del Village.

En mayo de 1952, un reportaje a toda página en *Harper's Bazaar* había calificado a Johnson, junto con su amigo John Cage, como un artista «experimental, incluso estratosférico», justo cuando los editores de la revista estaban encargando a Warhol ilustraciones triviales. Unos años después, el primer número de *The Village Voice* había publicado un reportaje sobre Johnson y su arte radicalmente novedoso. En 1958, con motivo de la primera exposición en solitario de Jasper Johns en la nueva galería Leo Castelli, *ARTnews* dijo que el artista se había ganado un puesto en el firmamento del nuevo arte junto con «colegas tan conocidos como Rauschenberg, Twombly, Kaprow y Ray Johnson». Todos ellos, exceptuando a Kaprow, seguían incluidos dos decenios después en la lista de «los mejores artistas vivos» de Warhol, cuyo nombre a nadie se le habría ocurrido añadir a finales de los años cincuenta al recuento de *ARTnews*.

El arte de Johnson dejó una clara huella en Warhol: más que nadie en ese momento (más incluso que Rauschenberg y Johns), estaba cultivando un arte que presagiaba la posterior obra pop de nuestro artista, probablemente porque contribuyó a que esta surgiera. Parece que Johnson introdujo a Warhol en algunos de los temas de su cultura pop. Ya a mediados de los años cincuenta, estaba componiendo sus collages característicos en torno al logotipo de los cigarrillos Lucky Strike, o en torno a figuras de Hollywood como Greta Garbo, Tony Curtis y las musas de los años sesenta del propio Warhol, Marilyn Monroe, James Dean y Elvis Presley. Henry Geldzahler, el comisario artístico y confidente que contribuyó a situar a Warhol en el mapa del arte, describía las obras de Johnson como «la roca de Plymouth del movimiento pop».

Uno de los folletos promocionales del artista durante los años cincuenta hacía explotar efectivamente la palabra «pop» en letras mayúsculas y otro improvisaba con la foto de un bote de kétchup Hunt's. (Las variaciones pop sobre el kétchup del propio Warhol se centraban, por supuesto, en Heinz, la empresa de Pittsburgh cuya fábrica había visitado de niño). En 1957, una célebre portada que Johnson realizó para un volumen de Rimbaud de New Directions (un encargo que probablemente nuestro artista le ayudó a conseguir) incluía una fotografía muy ampliada del rostro del poeta que dejaba visibles los mismos puntos a media tinta que Warhol llegaría a destacar en sus serigrafías pop. Esta portada podía pasar fácilmente por uno de los cuadros de *Los trece hombres más buscados* de Warhol de 1964.

Warhol, la esponja más grande del mundo, absorbió lecciones indecibles de su relación con Johnson en los años cincuenta, que luego pondría en práctica a principios del decenio siguiente. Un montón de encantadoras instantáneas Polaroid muestran a Johnson en el espacio en el que nacieron las *Latas de sopa*, y ambos amigos estaban juntos el día en que Jack Kennedy fue asesinado. El Johnson reacio a la publicidad y el Warhol fanático de las relaciones públicas mantuvieron su amistad y su admiración mutua como artistas durante el resto de su vida.

Los recuerdos de Johnson que guarda un amigo común sugieren la lección más importante de todas las que Warhol aprendió de él. «Ray no era una persona, era un collage o una escultura, una escultura viviente. Era la creación de Ray Johnson». Sustituyamos «Roy» por «Andy» en esa cita y obtendremos una estupenda descripción del pop art de nuestro artista.

El nuevo panorama del centro de Manhattan en el que se movía Warhol podría haber impulsado el trabajo en su primera obra con una sólida dosis de su posterior espíritu pop. En algún momento después

de que Lisanby y él regresaran de su viaje, Warhol rindió una extraña clase de homenaje a su compañero. Copió a bolígrafo (el novedoso instrumento y su distintivo de aquel momento) concienzudamente una buena parte de la primera página de la edición del 23 de agosto de 1956 del *Princeton Leader*, el diario de la ciudad natal de Lisanby en Kentucky. La reprodujo prácticamente palabra por palabra y foto a foto, aunque todavía mantiene cierto estilo desenfadado y original del resto de la obra de Warhol de los años cincuenta, más que la exactitud inexpresiva del auténtico pop. Warhol continuaría haciendo copias dibujadas a mano de los diarios hasta el final de la década, reforzando claramente su potencial artístico, aun cuando nunca las expusiera ni las vendiese.

Mientras Warhol experimentaba con un nuevo arte de lo cotidiano, habría ganado confianza con (o habría sido influido por) los primeros destellos de una vanguardia postabstracta que estaba empezando a salir de las sombras. A Rauschenberg y a Johns los conocía ya del mundo del escaparatismo. La pareja había trabajado incluso en la ampliación de un zapato de Warhol para un escaparate «refrescantemente diferente» en una de las tiendas de I. Miller, lo cual le había brindado asimismo la oportunidad de ver el arte más reciente de ambos. En 1956, aquella vez que a los dos colegas (o rivales) de nuestro artista les habían permitido instalar algunas de sus obras «serias» en los escaparates de Bonwit Teller, Warhol seguramente reconoció que los educados dibujos que él mismo había instalado quedaban eclipsados del todo por los estilos audaces y los temas completamente novedosos que el dúo había propuesto tan solo unos escaparates más allá. Rauschenberg exhibió un collage feroz y agresivo que sería el precursor de los llamados *combines* que pronto le darían celebridad. Johns tuvo la oportunidad de exponer un cuadro emblemático, que no era mucho más que una gran bandera estadounidense representada de manera firme e inexpresiva; el antepasado más directo de las firmes e inexpresivas sopas Campbell's que Warhol ilustraría seis años después.

En torno a la misma época en la que Warhol estaba absorbiendo los logros de Johnson, Rauschenberg y Johns en el centro de Manhattan, seguía intentando ascender en la sociedad de la parte alta de la ciudad. (Siempre lo haría). La adoración a las celebridades, que una década antes le había hecho desmayarse ante el protagonista de *Dorian Gray*, le impulsaba ahora a perseguir más activamente el contacto con las estrellas y le ponía por fin en disposición de codearse con ellas. Ya no tenía que acosar a Capote; se tropezaba con él en los cócteles.

Un residente de la parte alta llamado Frederick Eberstadt, que había estudiado en una de las prestigiosas universidades de la Ivy League, no se dejaba impresionar en absoluto por el empeño de Warhol. Recordaba haberse topado con un «tipo excéntrico y desagradable» que merodeaba por la cocina de un amigo: «En los tiempos en que yo vestía un traje gris de franela, una corbata de regimiento y unos zapatos marrones, me dijo: "¿Piensas alguna vez en ser famoso?". Y, por supuesto, yo le contesté: "En absoluto". A lo que Andy replicó: "Yo quiero ser tan famoso como la reina de Inglaterra"».

Warhol era especialmente aficionado a la bohemia aristocrática que giraba en torno a Cecil Beaton, y encontró una manera astuta de colarse en ella. Para un proyecto que describía como su «Libro de los pies» —que puede que jamás existiese fuera de su mente fetichista— se dispuso a hacer dibujos de toda suerte de notables descalzos, incluidos algunos iconos culturales como Leontyne Price, Tallulah Bankhead y el propio Beaton. Los dedos de los pies del fotógrafo fueron dibujados finalmente en Filadelfia, cuando Warhol consiguió con artimañas una invitación a la casa en Rittenhouse Square de un coleccionista homosexual y luego cazó los pies de Beaton mientras este dormía. En las vísperas del estrellato del pop art del propio Warhol, él lo llamaba «mi adorable cielito Andy».

«Siempre tuve la impresión de que Andy no conocía ni a un alma», decía Marguerite Lamkin, una editora de revista a la que Warhol describía como una «chica sureña en la ciudad». (Se decía que había sido la modelo de Holly Golightly en *Desayuno en Tiffany's*, de Capote). «Yo solía llamarlo "encanto" y todos mis amigos lo llamaban así —recordaba Lamkin—. Solía llevarlo a las fiestas y agarrarlo de la mano todo el tiempo porque era muy tímido. Luego me sentía muy extraña cuando iba a la gran fiesta de alguien y me lo encontraba. O a la cena de alguien y me lo encontraba también».

Warhol intimó especialmente con Mercedes de Acosta, una dramaturga ocasional que estaba entre las estrellas del círculo de Beaton y se hizo famosa como la más pública de las lesbianas: amante de Greta Garbo y Marlene Dietrich, entre otras. «Tuvo a las mujeres más importantes del siglo XX», decía Alice B. Toklas, la pareja de Gertrude Stein, que podría haberse contado entre esas conquistas. Warhol propuso varias portadas posibles para las reveladoras memorias que publicó De Acosta a finales de 1959, al poco de conocerse ambos, aunque acabó utilizándose un diseño no *camp* y mucho más anodino para un libro que causó, en cualquier caso, toda suerte de problemas a su autora. Uno de ellos fue que llevó a Garbo a romper con ella, pero no antes de que De Acosta hubiera conseguido que Warhol fuera invitado a un pícnic en la playa con la mismísima Gran Solitaria. No obstante, él estaba tan deslumbrado que lo único

que acertó a hacer fue entregarle a Garbo uno de sus dibujos de mariposas sin terciar palabra. Cuenta la leyenda que, al terminar el pícnic, la actriz había tirado distraídamente el bosquejo, pero que Warhol lo recogió y más tarde pidió a su madre que anotara en él «Mariposa arrugada por Greta Garbo». ¿Estaba prediciendo sutilmente —o imaginando ilusamente— que un papel suyo algún día valdría tanto como uno tocado por ella? A lo largo de su vida, Warhol dio siempre la impresión de que su desesperada búsqueda de estatus iba acompañada de la sensación certera y precisa, en lo más íntimo de su corazón, de que en realidad él valía más que las celebridades a las que veneraba. Su perpetua condición de marginado le concedió la perspectiva necesaria para ver que el lugar al que tan desesperadamente deseaba acceder encerraba muy poca cosa. Aun así, no quiso quedarse fuera.

«¿Es maravilloso y no espantoso conocer a la gente adecuada?», le preguntó en cierta ocasión un seguidor. «Sí —respondió Warhol—, porque es la adecuada».

Uno de los testigos más cercanos del ascenso de Warhol en la parte alta de Manhattan fue una de sus conquistas sociales llamado Ted Carey, un diseñador gráfico muy guapo, prototípico de la élite blanca, anglosajona y protestante, que hacía dibujos para anunciar las películas que se emitían en la televisión. La pareja se conoció en el Serendipity y, al poco tiempo, Warhol estaba echando una mano a Carey con su trabajo: sin ir más lejos, ayudándole en una ilustración de Marlon Brando, ocho años antes de que él mismo realizara sus propias serigrafías pop del actor. (Como estrella convencional y muy varonil de la que se creía que se acostaba con hombres, Brando era una obsesión para los homosexuales neoyorquinos. Se cuenta que Warhol se escondió una vez una foto suya en la parte delantera de los pantalones, y que había estado de fiesta con el actor en 1955). Carey, que provenía de una familia adinerada, pronto se convirtió en uno de los tutores de nuestro artista en el fino arte de comprar antigüedades y piezas del patrimonio cultural norteamericano. Unas fotos de cuando eran unos muchachos muestran a la pareja posando en medio de esos tesoros en el suelo del salón de Warhol, recordándonos lo joven y juguetón que era este todavía por entonces. Nuestro artista decidió celebrar la amistad con un retrato pintado, pero no por él —a esas alturas apenas podría haberse imaginado como pintor—, sino actuando como mecenas, un nuevo papel acorde con sus elevados ingresos. Empezó abordando al artista protopop Alex Katz, quien había conseguido el espacio en la galería Tanager al que Warhol había aspirado, pero su tacaña oferta de ciento cincuenta dólares fue rechazada de plano. Entonces acudió al pintor realista más tradicional Fairfield Porter, que había escrito la crítica de su primera muestra

colectiva en la galería Loft; y este hizo que los chicos parecieran más unos universitarios que compartían cuarto en una universidad de la Ivy League que unos jóvenes distinguidos y extravagantes. Según aseguraría más tarde Warhol, había encargado el trabajo con la intención oculta de cortar el lienzo por la mitad para conseguir dos retratos por el precio de uno, un plan que Porter frustró pintándolos casi superpuestos en un lienzo cuadrado. (La anécdota suena a uno de sus tantos cuentos chinos; Carey jamás la mencionó). Porter era una figura destacada —en 1962 el doble retrato se valoró en mil quinientos dólares, tanto como cualquiera de los cuadros que poseía Warhol—, pero se consideraba asimismo una opción conservadora que habría convertido a nuestro artista en el hazmerreír en los cafés más de moda del Greenwich Village, y demuestra que este todavía no estaba metido totalmente en la vanguardia. Una década después, instalado de pleno en ella, Warhol estaba ansioso por encontrar un comprador para el cuadro: «No puedes vender tu propio retrato», le dijo un amigo. «¿Cómo? Claro que puedo», repuso él.

El papel más memorable de Carey en la vida de Warhol parece haber sido erótico. Estaba notablemente obsesionado con el sexo, tratando de ligar sin cesar en los «salones de té» de la estación Grand Central y haciendo toda la clase de travesuras que le permitía la relación abierta que mantenía con el inglés John Mann, su novio (principal) a la sazón. Warhol participaba de ello, al menos como *voyeur*, dibujando frenéticamente a los dos hombres practicando el sexo. Uno de sus modelos eróticos recordaba al artista haciendo bocetos con sus bóxers (sucios al parecer, «lo cual venía a confirmar lo que yo había pensado acerca de los hábitos personales de Andy») y diciendo «que se ponía tan cachondo cuando veía a hombres con erecciones que era incapaz de tener él un orgasmo».

Fue Carey quien sugirió a Warhol que pasara de los pies y los torsos desnudos que ya había estado dibujando y centrara su atención en los penes. Ello condujo al legendario «Libro de las Pollas», mencionado con frecuencia pero jamás visto sobre la tierra. Sí que se conservan pilas de dibujos de entrepiernas sin encuadernar, que van desde los estudios anatómicos quiescentes hasta el erotismo vigoroso, con muchos hitos intermedios. Uno de los dibujos muestra el pene flácido de un hombre posado sobre una bandeja y la mano de otro hombre pinchándolo con un tenedor.

Los intereses penianos de Warhol penetraron en un último proyecto teatral que emprendió en los años cincuenta, seis años e innumerables *blotted lines* después de su trabajo con los actores de la calle Doce. En la primavera de 1959, en la Universidad Barnard, de mujeres, se estaba montando una producción del *Orfeo*, de Jean Cocteau, a cargo de un grupo de estudiantes de arte dramático, entre quienes se

incluían el futuro dramaturgo de Broadway Terrence McNally y Michael Kahn, que llegaría a ser un importante director shakespeariano. «Yo sentía una absoluta fascinación por Cocteau —recordaba Kahn—. Imagino que porque era homosexual». McNally era amigo del hermano de Ted Carey y Kahn conocía a Warhol del mundo gay del Greenwich Village, por lo que ficharon a aquel ilustrador de treinta años, que ya era una semicelebridad, como diseñador de producción. Por supuesto, Warhol había hecho decorados con anterioridad, comenzando en sus propios años de estudiante, y conocía a Cocteau por las películas exhibidas en el Tech, por un ensayo en directo del propio *Orfeo* en la galería Outlines y especialmente porque siempre comparaban sus propias obras con las del francés. Conocía asimismo sus ilustraciones pornográficas para Jean Genet, y estas podrían haber inspirado cuando menos un aspecto de los diseños de Warhol para aquel *Orfeo* de Barnard.

Tras conseguir que su madre escribiera el texto del cartel, que Cecil Beaton proporcionara el mobiliario escénico (sus características sillas y mesas de mimbre blanco) y que los grandes almacenes Bendel prestaran elegantes prendas de Dior como vestuario, el propio Warhol se encargó de los telones de fondo. Asombrosamente, las fotos muestran que el material principal que usó fue el papel de aluminio, que ya prefería cinco años antes de convertirlo en el distintivo de su Factory pop. Utilizó tela plateada para las puertas del escenario y cubrió las paredes con grandes recortes plateados de estrellas, flores y mariposas, amén de otros objetos que podrían ser chupachups gigantes con palos inusualmente gruesos, o bien cerezas con tallos extrañamente rectos. De hecho, esos objetos habían empezado siendo erecciones gigantes. «Andy, esta es una escuela de chicas», le había comentado a Warhol el director, Kahn, cuando el artista había desvelado sus diseños. Entonces le pidió que buscara una solución: «Cortó las cabezas de los penes y dijo: “Ahora son cerezas”», recordaba el director. La expurgación funcionó. El periódico estudiantil elogió el diseño, ahora libre de penes, que atribuía conjuntamente a Warhol y a Ted Carey y calificaba como «superior a los de la mayoría de las producciones universitarias».

Entre los cientos de miles de objetos contenidos en los archivos de Warhol figura un panfleto cómico titulado *1,000 Names and Where to Drop Them*, publicado en 1958 por la editorial con el acertado nombre de *Random Thoughts* («Pensamientos Aleatorios»). El texto no es nada más que un listado de nombres de veinte páginas que «aparecieron originalmente en el *Who's Who*, la guía telefónica y la guía de títulos nobiliarios de Burke», como dice el libro, pero aquí están divididos en

categorías estándar tales como «Moda», «Teatro» y «Artistas». Su gracia radica en la mezcla de nombres y encabezamientos, de suerte que la página de «Religión y filosofía» incluye a Frank Lloyd Wright, Charlton Heston y Gin. La página de las «Grandes empresas», por su parte, nos invita a reírnos con la presencia de la duquesa de Windsor, Edsel Ford y un tal Andy Warhol. La sorpresa no consiste tanto en su inclusión en la lista de empresas. Él era un exitoso artista comercial, así que ¿por qué no habría de figurar allí? Y, en cualquier caso, Warhol se incluía en aquella página, dedicada a las superventas culturales, junto con celebridades tales como la Abuela Moses, el MoMA y Jack Kerouac. La sorpresa, y probablemente como tal la recibió Warhol en ese momento, estriba en su aparición en cualquiera de las categorías. El hecho mismo de ser acusado de venderte significa que a algún lector, en algún lugar, podría importarle que lo hubieras hecho, o incluso que podría haber esperado algo mejor de ti. Es difícil pensar en un signo más notable de que, casi una década después de aterrizar en Nueva York, Warhol por fin había llegado de verdad.

Un joven crítico de arte recordaba una fiesta de Navidad en la que los demás invitados, atracándose de ponche de champán y fresas de mazapán, se sintieron de repente «muy animados, y empezaron a hablar con entusiasmo de un joven menudo que parecía tener una tez de color fresa. Aunque había allí nombres más importantes, él era evidentemente el centro de atención. Llevaba consigo un ejemplar del libro, recién publicado, *1,000 Names and Where to Drop Them*. Señalaba su nombre […] a todo aquel que pasaba, riendo, obviamente satisfecho consigo mismo y obviamente divertido por la vanidad de todo aquello».

En consonancia con la aparición de Warhol en el libro, un signo de éxito que tal vez le hubiera gustado más aún habría sido ver su nombre en la parte superior de su declaración de impuestos de 1959, encima de unos ingresos de cincuenta y tres mil dólares. Eso era más de lo que ganaban casi todos los que le rodeaban, y Warhol lo sabía porque había ilustrado recientemente un artículo titulado «How Much Money Do You Want?». Había propuesto imágenes de personas intentando agarrar dólares alrededor de un texto que hablaba de cómo un médico provinciano deseaba duplicar sus ingresos, que ascendían a treinta mil dólares. «A Andy le gustaba mucho el dinero —recordaba Ted Carey—, y todas las cosas que el dinero puede comprar». El amigo de Warhol Gillian Jagger recordaba cómo este alardeaba de ganar sesenta y ocho mil dólares, sus ingresos al comienzo mismo de los años sesenta, pero también que no estaba satisfecho con lo que hacía para ganarlos: «No quería ser conocido como el tipo de los zapatos de I. Miller».

En la ventana de su casa del Upper East Side.

12
1960–1961

LA NUEVA CASA | ENFERMEDAD | COLECCIONISMO DE ARTE | *PERFORMANCES* EN LA IGLESIA JUDSON | EMILE DE ANTONIO | LA AMENAZA DE LA FOTOGRAFÍA | AUGE DEL MERCADO DEL ARTE

«El arte comercial en aquella época era tan difícil porque la fotografía había tomado realmente el relevo y todos los ilustradores se estaban quedando sin trabajo muy rápido».

¿Qué habría sucedido en 1960 si le hubieran pedido a Andy Warhol que dibujara su casa neoyorquina ideal? Por supuesto, habría propuesto algo *fin de siècle* y burgués, con la elegancia que siempre impresionaba a ese chico de clase trabajadora. Sería un edificio cursi, como una casa de muñecas, con decoración como las florituras de la caligrafía de su madre. Y, ya puestos, ¿no la haría azul claro?

Así era precisamente la casa de la que Warhol tomó posesión el 18 de agosto de 1960, por la entonces respetable suma de sesenta mil dólares, la mitad de la cual pagó en efectivo. El edificio tenía cuatro plantas, pero apenas cinco metros de anchura, y la parte superior de la fachada poseía un aire divertido, mientras que en la parte baja había toda clase de esculturas talladas. La casa contaba con dos habitaciones por planta, así como un «apartamento con jardín» con paredes de ladrillo y una cocina en la planta inferior. De este hicieron su hogar su madre y los dos gatos que quedaban, además del miná llamado Echo, junto a un pequeño altar popular que Julia Warhola había improvisado. La mejor habitación de la planta de arriba tenía suelos elaboradamente incrustados y paneles de nogal y, en los días de colada, las sábanas que la madre de Warhol insistía en extender para que se secaran.

La adquisición permitió a Warhol seguir viviendo en Lexington Avenue, pero ahora en el número 1342, en el lado oeste de la vía, justo al norte de la calle Ochenta y nueve. Su hermano Paul y un amigo habían acudido a ayudarlo con la mudanza, cargando su camión en plena noche para poder aparcar. La entrada donde descargaron estaba sesenta y cinco manzanas más arriba de los aposentos de Warhol en la Sala de los Pósteres, mucho más cerca de

las élites del Upper East Side.

Más cerca, pero no lo suficiente. En cualquier caso, el Carnegie Hill era un barrio muy elegante: recibía su nombre de la gigantesca mansión que el magnate de Pittsburgh había comenzado en la parte alta de la Quinta Avenida en 1899, en el auge de gentrificación que había llevado asimismo una burguesía adinerada. Cuando se construyó la elegante casa adosada de Warhol, fue dotada de detalles *faux-Renaissance* dignos de lujosos hitos neoyorquinos como los apartamentos Dakota al oeste de Central Park o su adorado hotel Plaza; digno de ellos porque había sido diseñado por su arquitecto, un elitista de alta categoría que Warhol sin duda apreciaría.

No obstante, pocas décadas después de sus inicios, el barrio había sido inundado por la marea de inmigrantes que huían del abarrotado Lower East Side. En 1960 la intersección de la calle Ochenta y nueve con Lexington se consideraba el extremo norte de Yorkville, también llamado Kleindeutschland, el barrio alemán y húngaro que ofrecía alojamiento «deliciosamente económico» a las nuevas mujeres profesionales a las que iban destinadas las ilustraciones de Warhol. En el siglo XXI mudarse a aquel rincón se consideraría una oportunidad de una vida de alto nivel, pero en 1960 seguramente confirió a nuestro artista un papel pionero urbano, junto con otros refinados personajes llegados al barrio, como los artistas Mark Rothko, Jim Dine y John Chamberlain, así como el caricaturista Al Hirschfel, en cuya casa rosa se celebraba una famosa tertulia.

Cuando Warhol compró su casa, su histórico bloque se había librado recientemente de convertirse en un moderno edificio de apartamentos. El metro retumbaba a sus pies y nuestro artista, que jamás fue un entusiasta de los bienes comunes, creía que la Secretaría de Transportes debía pagarle una renta por el túnel debajo de su alojamiento. Seguía existiendo una pensión unas puertas más abajo y pronto se instaló enfrente un modesto supermercado Finast, que vendía las latas de sopa y cajas de productos que se convertirían en las musas de Warhol en el momento exacto en que la tienda abrió sus puertas.

Como era habitual en Warhol, la mudanza probablemente tuviera lugar gracias a sus contactos. A comienzos de los cincuenta, cuando consiguió sus primeros contratos en la revista *Interiors*, su editor jefe había vivido a una puerta hacia el norte del que llegaría a ser el nuevo alojamiento de Warhol; la casa fue adquirida entonces por uno de los más notables organizadores de fiestas del Greenwich Village, un prominente filántropo de las artes que seguiría siendo vecino de nuestro artista durante el apogeo del pop. La propia casa adosada de Warhol había pertenecido desde 1952 a un importante psiquiatra de izquierdas natural de Pittsburgh que testificó en los tribunales

afirmando que la película porno *Garganta profunda* «aliviaría la carga de la culpa y la vergüenza asociadas a menudo con el sexo». En realidad, Warhol le compró la casa a un nuevo propietario, otro médico, que la había vendido a los pocos meses duplicando su dinero en el barrio transformado.

Pese a toda la decoración de la época que sobrevivió en el número 1342 (cada una de las habitaciones tenían su chimenea), algunos de los techos habían sido recubiertos con paneles acústicos de consultorio médico, que una vez Warhol hizo un débil intento de ocultar bajo un hule engrapado. Nathan Gluck, que se había mudado desde el sur de Lexington con él, decía que parte del atractivo de la nueva casa radicaba en que no requería mucha renovación. Warhol se limitó a alquilar una pulidora para restaurar algunos suelos.

La nueva casa había sido comprada a nombre de Andy Warhol Enterprises, lo cual suponía en cierta medida una evasión de impuestos. La planta del jardín era claramente para uso exclusivo de Julia; ¿cuánta caligrafía seguiría haciendo a esas alturas? En el segundo piso, Warhol dormía en el salón, en un mar de revistas y cajas de dulces que rodeaban una cama con dosel recién comprada, con cortinajes hechos jirones que recordaban a la señorita Havisham, el personaje de la novela de Dickens; muy restaurada, continuaría siendo su cama hasta que murió, veinticinco años después. Con toques que parecían sacados de la revista *Playboy*, una alfombra de piel de tigre adornaba el pie de su cama, y conducía a un baño con lo último en ducha acristaladas, que causaba asombro a los sobrinos de Warhol cuando lo visitaban desde Pittsburgh. Más al fondo había una habitación inicialmente pensada para su madre, con una cama dorada digna de la realeza francesa, pero, una vez que esta se hubo instalado en la planta baja, ese segundo cuarto se reservó para dibujos y materiales de arte, en caso de que el fisco quisiera pruebas de que allí se estaba ejerciendo un negocio.

Esto distaba de ser completamente falso. Gluck decía que él y su mesa de trabajo estaban instalados en la habitación de la parte delantera del primer piso, que recibía luz matinal, en íntima compañía con la estatua «Punch», los caballos de carrusel y las máquinas de salones recreativos. Dos plantas más arriba, bajo el alero, Warhol tenía su proyector de opacos (una «Lucy», como se conocía en el oficio) y «una gran mesa de trabajo, y cuadernos de dibujo, tintas y pinturas por todas partes». Acompañados por la pareja de caniches de Gluck, los dos hombres produjeron tanto en serie que, pese a la interrupción que supuso la mudanza y una racha de enfermedades, 1960 resultó ser el año más productivo de Warhol antes del pop.

A pesar del traslado, por lo visto la vida doméstica de Warhol continuó siendo esencialmente la misma. Pasaba los días buscando

clientes y cumpliendo contratos, y por las noches seguía básicamente con su vieja pandilla. Todavía tenía a Ted Carey y Charles Lisanby como representantes del panorama de la parte alta de la ciudad, y seguía frecuentando el Serendipity y el Café Nicholson. El sexo entre Warhol y Ed Wallowitch parecía haberse enfriado; este había tenido algún tipo de crisis mental y nuestro artista se había negado a ayudarlo a pagar su tratamiento. No obstante, mantenían una gran intimidad. Bien entrada la década, Warhol continuaba haciendo pilas de instantáneas cariñosas de su antiguo amante con su Polaroid. El artista recurría asimismo a él cada vez que necesitaba fotos expertas de productos para sus trabajos; incluso recibió clases de fotografía de Wallowitch. No existe ningún indicio de que Warhol tuviera ningún interés amoroso nuevo durante algún tiempo. Por primera vez desde su llegada a Nueva York, su vida romántica parecía haber quedado en suspenso.

Sin duda, hubo una temporada en la que seguro que no se sintió demasiado romántico o sexy. Durante casi todo 1960 y hasta bien entrado 1961, sus dolorosas y sangrantes verrugas anales y su desgarro lo tuvieron sumido en el sufrimiento. En agosto y septiembre de 1960, la todavía más dolorosa —e infructuosa— cirugía a la que se sometió le mantuvo fuera de circulación durante semanas, justo cuando estaba a punto de instalarse en su nueva casa. Si Warhol pasó a tener reservas acerca del sexo, los malestares de esa época podrían haber tenido algo que ver; en los años ochenta todavía estaba en tratamiento a causa de sus problemas rectales.

Tal vez la búsqueda de romances de nuestro artista se viese reemplazada, al menos durante algún tiempo, por la caza de cultura y arte frescos. «A finales de los cincuenta, todo el mundo se preguntaba hacia dónde se encaminaría a continuación […] y entonces todo se fusionó de repente», decía Claes Oldenburg, que pronto sería compañero de Warhol en el pop. Tras una década de dominación, el expresionismo abstracto había comenzado a parecer definitivamente anticuado.

En el otoño de 1959, el MoMA, visto hasta entonces como un bastión de la abstracción, albergó una exhibición llamada «Nuevas imágenes del hombre», cuyos artistas dieron un primer paso hacia el regreso del contenido en el arte. «Les preocupa extraordinariamente la existencia del hombre más que la esencia de la forma», decía el comunicado de prensa del museo, que promocionaba «la combinación entre la forma contemporánea y una nueva clase de iconografía» que se había visto en la exposición. El viejo profesor del Tech Balcomb Greene formaba parte de ella, lo cual mostraba que incluso un

fundador de la abstracción estadounidense podía ponerse del lado de la figura, lo cual garantizaba que Warhol acudiría a ver la exhibición. La muestra promocionaba asimismo a un buen número de artistas que habrían sembrado las semillas del pop art en la mente de Warhol. El francés César era un pionero en la acumulación de objetos desechados; el artista escocés Eduardo Paolozzi ya había realizado trabajos que la mayoría de la gente considera los primeros ejemplos auténticos del pop, y a los que el comunicado del MoMA atribuye en términos inequívocamente warholianos el «efecto psicológico de recordar al espectador la naturaleza de su civilización»; y los excéntricos ensamblajes casi artesanales del escultor de Chicago H. C. Westermann se describen como «parte del resurgimiento actual del dadaísmo», un signo inequívoco de credibilidad vanguardista a ojos de Warhol en aquel momento. En solo un par de años él también merecería la etiqueta de «neodadaísta».

Más allá de esos primeros pasos en el MoMA estaba la nueva galería Leo Castelli, al principio en un pequeño espacio en el que también vivían el marchante y su familia, y al que se accedía subiendo cuatro pisos en un enclenque ascensor. En la primavera de 1958, la ahora ampliada galería había ofrecido exposiciones individuales tanto de Johns como de Rauschenberg, así como de Marisol, la artista con un solo nombre cuyas singulares esculturas se adelantaron al pop art de Warhol y que pronto se convirtió en una notable amiga y rival. Nuestro artista debió de haberse muerto de envidia cuando la exposición de Johns en la galería Castelli —su primera muestra en solitario, que se vendió en su totalidad— incluso tuvo la suerte de ocupar la portada de *ARTnews*, la revista de arte más prestigiosa del momento, y además Johns consiguió incorporar un montón de obras a la colección del MoMA. Asimismo, el espacio de Castelli no tardó en albergar al aplastacoches de John Chamberlain, el garabateador de Cy Twombly y Frank Stella, Ellsworth Kelly e Yves Klein, los tres padrinos del minimalismo estadounidense.

El diciembre anterior a la mudanza de Warhol a la parte alta de Manhattan, el MoMA había escogido a algunos de los recién llegados de la Castelli para una exposición titulada «Dieciséis estadounidenses», modesto nombre que camuflaba grandes ambiciones artísticas. «No cabe duda de que estos dieciséis son unos innovadores. Las viejas formas ya no son capaces de contener sus ideas», decía la reseña de *The New York Times*, escrita por Stuart Preston, el amigo de Warhol de los años cincuenta que, a decir verdad, tenía dificultades para encajar el nivel de novedad exhibido. Años antes ya había fustigado a Rauschenberg por sucumbir al «demonio de la innovación», y ahora se quejaba de que, para la nueva generación del MoMA, «todo vale»; como atestiguaban especialmente las botellas reales de Coca-Cola que

el de Texas había incluido en una de sus obras y que Warhol estaba a punto de empezar a pintar. (Un titular de la primavera siguiente se refería a Rauschenberg como «El líder de la escuela de la "botella Pop"», presagiando espléndidamente el auge del propio pop sobre los cimientos rauschenbergianos). La misma muestra del MoMA fue criticada con ferocidad por John Canaday, el colega de Preston en *The New York Times* y más conservador aún que este, por apelar más a la mente que a la vista; otra dura crítica que a Warhol seguro que se le antojó alentadora. «Con frecuencia me preguntaba por qué las personas que contemplaban nuevas expresiones artísticas increíbles y se reían de ellas se molestaban en ocuparse del arte», diría Warhol más adelante, así como que «las cosas nuevas son siempre mucho mejores que las viejas», utilizando por una vez una expresión hecha que probablemente reflejara lo que de veras sentía.

Warhol no solo degustaba el nuevo arte. Probaba asimismo las nuevas representaciones radicales de la ciudad. Se le veía en los recitales poéticos de Taylor Mead, diablillo del *underground* que pronto llegaría a ser la primera superestrella fílmica de nuestro artista, quien incluso compraba sus libros. Warhol se convirtió asimismo en un asiduo en el montón de salas de teatro *off-Broadway* que estaban abriendo en el Village. Unos meses antes de mudarse a Carnegie Hill había acudido al teatro Circle in the Square, en su nueva sede en Bleecker, para ver *El balcón*, de Jean Genet, el autor francés y chico malo que ya había inspirado los dibujos del «Libro de chicos» de Warhol. La noche del estreno fue a conocer entre bastidores a Sylvia Miles, que había interpretado el papel de ladrona en una trama secundaria en la que aparecía un hombre lamiendo sus zapatos de tacón de aguja, un perfecto señuelo para nuestro artista. (Unos años más tarde convertiría la misma acción en una película). «Era un papel muy controvertido y que dio mucho que hablar. Y a Warhol le gustaba todo lo atrevido, así que se convirtió en un admirador», recordaba Miles, sin ser consciente del todo de que para Warhol por entonces lo atrevido solo suplantaba lo *camp* en sus gustos.

Pero, a fin de ver la confluencia de las vanguardias artísticas y teatrales neoyorquinas de formas completamente novedosas, Warhol fue a la iglesia. No a los servicios católicos bizantinos, a los que continuaba asistiendo con su madre unas manzanas al este de la escena bohemia, sino a la iglesia Memorial Judson, una venerable institución protestante en Washington Square en el corazón del Village. Ya era sumamente progresista en su política, pero a finales de los años cincuenta uno de sus pastores más jóvenes decidió explorar nuevas fronteras en el mundo del arte, con la esperanza de ayudar a la comunidad cristiana a «comprender el lugar que el arte contemporáneo debería ocupar en su vida litúrgica». En un golpe de

suerte, pidió ayuda a los artistas estudiantes Tom Wesselmann y Jim Dine, a punto de convertirse en figuras del panorama pop art, quienes reclutaron a su vez a Claes Oldenburg, en el comienzo mismo de su carrera pop, pero también en uno de los momentos más radicales de esta corriente. En febrero de 1960, Oldenburg y Dine llenaron el espacio artístico del sótano de la iglesia con un par de instalaciones en las que un disparatado revoltijo de basura y objetos encontrados se convirtió en el falso escenario urbano para algunas *performances* absurdas y abyectas.

«Nos contoneábamos y nos pavoneábamos con una intensidad frenética ante una curiosa audiencia artística», recordaba Patty Mucha, a la sazón la mujer y colaboradora de Oldenburg. «Claes, con ropa interior sucia y heridas falsas vendadas, andaba gruñendo y dando traspiés, mientras yo llevaba unos botines grandes y triangulares hechos de cartón, una enorme peluca negra que me hacía parecer una piruleta y una máscara pintada, y gorjeaba "yip-yip, yip-yip" en el frío aire del sótano. Mientras tanto, Lucas Samaras —otro artista que estaba a punto de despegar y al que Warhol seguía la pista — encendía y apagaba una luz brillante a intervalos repetidos para sugerir los *staccatos* de la ciudad». La Judson había contribuido a lanzar algunos de los primeros *happenings* de los años sesenta, que dieron ejemplo —ejemplo que pronto sería adoptado por Warhol— de lo radical que podía llegar a ser el arte. La iglesia tuvo que organizar una mesa redonda especial para defender su presentación del arte antiabstracto —«la gente cree que estamos bromeando»— y, a los pocos años, un admirador de Warhol que escribía en *The New York Times* sostendría que los artistas de la Judson habían encendido la mecha que detonaría la más grande creatividad estadounidense que definiría la cultura de los años sesenta.

«Warhol estaba realmente implicado en la Judson. Sabía que era un lugar de moda y se pasaba allí todo el tiempo», decía un conocido de esa época. Sabemos de buena tinta que nuestro artista era testigo de la sensación que Oldenburg y compañía estaban causando allí, pero aunque estaba en la escena del Village, no formaba parte de ella. «Cuando acudía al centro de Manhattan, se sabía que tenía un estudio en la parte alta, por lo que no se le reconocía como un artista más del Village», decía un observador. Cuando Oldenburg presentaba a Warhol a otro joven artista del momento, era como coleccionista, no como creador.

Las lecciones aprendidas por Warhol en el centro de Manhattan tardarían algún tiempo en plasmarse en su arte. El año antes de mudarse, el único proyecto artístico en el que trabajó para consumo verdaderamente público fue un conjunto de diseños escénicos que apenas se consideraron dignos de la Judson. Habían sido encargados

para el festival de Spoleto en Italia, un evento organizado desde hacía dos años por Gian Carlo Menotti, un compositor y una celebridad neoyorquina cuya obra Warhol conocía desde hacía algún tiempo. En el último momento se le solicitó el diseño de decorados, vestuario y algunos telones teatrales para Menotti, que se usarían en una revista de Spoleto que había reclutado una larga lista de estrellas —e ídolos de nuestro artista—, entre quienes figuraban John Butler, Truman Capote, Jean Cocteau, Allen Ginsberg y también Ben Shahn, que supuestamente habría pensado que Warhol no era digno de semejante compañía. Así pues, le encargaron los decorados y el vestuario de una opereta de nueve minutos del compositor Lukas Foss, con un libreto de Menotti. *Presentaciones y adioses*, como se titulaba la obra, tenía una ingeniosa música moderna y un texto igual de ingenioso ambientado en un cóctel. Resulta fácil entender por qué Menotti habría buscado un diseño de Warhol, un asiduo a los cócteles en el mismo ambiente gay frecuentado por él. Además, mantenía una relación tan estrecha con la pareja del compositor, Samuel Barber, que en cierta ocasión echaron a ambos de un restaurante por reírse demasiado escandalosamente de sus propios chistes.

Los bocetos conservados de Warhol de mobiliario y vestuario —atuendos *camp* eduardianos, por supuesto— son de su estilo habitual de los años cincuenta, acompañados de las inscripciones falsamente naífs de su madre. Son ingeniosos y encantadores, desde luego, pero no encajan con la sofisticación moderna de la ópera ni con la sofisticación del mejor arte del momento. Más o menos por la misma época, Warhol había intentado hacer una obra de arte a partir de una ilustración suya, al inequívoco estilo de Ben Shahn, de unos lindos pájaros perchados en las antenas de los tejados, ampliándola a tamaño de mural. El resultado parecía… una ilustración ampliada.

En una breve biografía publicada en diciembre de 1960, lo mejor que Warhol podía reclamar para sí como artista era que estaba haciendo un exlibris para el vivero de Audrey Hepburn. Si alguna aceptación tenía en la vanguardia artística era como uno de sus fans, deseoso de contactar con los cabecillas. A principios de los años sesenta trató de juntarse con los poderes fácticos del mercado del arte, principalmente convirtiéndose en uno de sus clientes. Warhol siempre supo que el dinero era la mejor carta de presentación.

Llegó a conocer a John Bernard Myers, la «reinona» fundadora de la galería Tibor de Nagy, que era uno de los locales más destacados de ese periodo prepop, así como un raro paraíso para la cultura *queer* salida del armario. Frank O'Hara, el poeta homosexual y comisario del MoMA, era seguramente un asiduo allí; era un admirador de Johns y Rauschenberg y tenía una estrecha amistad con el pintor protopop y gay ocasional Larry Rivers, una de las jóvenes estrellas de la camarilla

de Myers. Seguramente O'Hara fue una gran atracción para Warhol —había escrito para el catálogo del MoMA «Nuevas imágenes del hombre»—, si bien el poeta jamás habría correspondido del todo a su admiración.

A finales de los años cincuenta, Warhol acudió a la galería De Nagy para comprar un dibujo de un naipe de Rivers. Regateó hasta bajar su precio de setenta y cinco a veinticinco dólares, que pagó en cinco meses. Luego, en 1960, estrechó lazos con De Nagy con dos encargos de retratos: el de Ted Carey y él que hizo Porter, pintor y crítico de arte de la galería Fairfield, más uno notablemente etéreo de Jane Wilson, otra pintora de la De Nagy, que hizo posar a Warhol en casa con un jarrón de lilas de color malva. Al igual que Porter, Wilson era una de las protagonistas de la escena artística. Había contribuido a la fundación de la galería Hansa, que había fomentado algunos de los primeros indicios del arte de las *performances* y las instalaciones, e incluso de los ensamblajes pop, y que estaba dirigida por los artistas Ivan Karp y Richard Bellamy, que pronto se convertirían en dos de los promotores de Warhol.

El congraciamiento de Warhol funcionó hasta cierto punto. Myers dijo a uno de sus artistas que cultivase al artista como probable comprador, pero describía asimismo a su cliente potencial como «un hombrecillo terrible» y «una persona muy aburrida». Cuando Warhol se pasaba por allí, el mismo artista de la De Nagy lo recordaba «con un aspecto bastante miserable […] tan delgado, tan pequeño, tan abatido. Desolado. Tan arreglado, limpio y bien vestido, con su chaqueta de tweed y su corbata, pero aquello no terminaba de encajar. Era tímido y modesto».

Con la perspectiva de la historia del arte, los artistas de Myers que Warhol coleccionaba no se antojan tremendamente radicales. Por aquel entonces, sin embargo, como recordaba incluso el dedicado vanguardista Leo Castelli, el grupo de la De Nagy representaba un primero y audaz alejamiento de la abstracción y el regreso a la conceptualización. A pesar de la permanente reputación de arribista de Warhol —unas veces merecida y otras no—, es importante reconocer que no estaba dirigiendo su atención a las galerías más establecidas y prestigiosas de Nueva York, donde habría encontrado a los peces gordos y a los decanos de la ciudad, sino a una cuadrilla más emprendedora de los adalides del buen gusto. No es que estos impresionasen a los auténticos radicales del panorama artístico: un joven crítico de arte que conoció a Warhol en esa época pensaba que su colección de arte apestaba y que él no era más que un «escaparatista y un cursi trotacalles del East Side que andaba con gentuza».

Al cabo de un par de años, el coleccionismo de Warhol había subido

varios niveles y con él su reputación. Acudió a Castelli en busca de un dibujo de Jasper Johns, que estaba emergiendo entonces como una fuerza importante. El director de la galería Castelli, Ivan Karp, contaba que, pese a los comienzos de nuestro artista como coleccionista, él no lo conocía cuando se presentó para comprar con una pandilla de jóvenes que ya eran clientes. El dibujo escogido por Warhol databa de 1958, de la primera exposición en solitario de Johns en la Castelli, y mostraba el máximo acercamiento del artista al pop: se basaba en una escultura muy realista que Johns había hecho de una bombilla estándar. En la lámina que Warhol compró, su autor había logrado conferir al humilde objeto doméstico el aspecto de un colosal monumento público. «¡Qué hermoso dibujo! ¡Guau!», era el recuerdo que conservaba Karp.

Ted Carey, el amigo de Warhol y uno de los «jóvenes» mencionados por Karp, refiere una versión más detallada de la historia. Ambos se habían estado incitando mutuamente a comprar en sus visitas a la galería, llegando a tal extremo de entusiasmo que decidieron adquirir una de las pioneras pinturas de banderas de Johns, pero descubrieron que excedía su exiguo presupuesto para arte. En su lugar, el día anterior a la clausura de la exposición del artista, Warhol se decidió por su dibujo de la bombilla, por el cual pagó una entrada de doscientos dólares y otros doscientos cincuenta a cuenta, lo que significa que gastó menos de lo que había pagado por la mesa y las sillas de su comedor. También era una suma mucho menor de los dos mil dólares que había desembolsado unos meses antes por un cuadro del surrealista chileno Roberto Matta, una figura relativamente clásica y de la vieja escuela. Tal vez Warhol consideraba su Johns demasiado experimental para invertir con toda seguridad una cantidad mayor. Con frecuencia se considera que su coleccionismo tenía menos que ver con un apetito de arte que de estatus, pero no pudo haber resultado tan ventajosa socialmente la adquisición de aquellas obras que la inmensa mayoría de los miembros de la alta sociedad, de cualquier círculo, habrían ignorado o detestado.

En torno a la misma época en que Warhol estaba colgando nuevas obras en sus paredes, estaba cambiando también a las personas de su vida. Si su agenda de 1958 contiene a todos los habituales de la década del mundo publicitario de la parte alta de Manhattan, en 1961 empiezan a aparecer con regularidad un puñado de nombres de la alta cultura, y muy especialmente uno concreto: Emile de Antonio.

Se habían conocido en 1958 a través de Tina Fredericks, la primera clienta de Warhol en el arte comercial, con quien De Antonio vivía a la sazón. A su nuevo amigo nuestro artista le pareció «un conejo blanco superinteligente». Dee, como se le conocía habitualmente, era hijo de un médico italiano sumamente culto y tremendamente rico, y

tanto Warhol como él compartían una profunda conciencia de sus raíces inmigrantes. Casi una década mayor que su nuevo amigo artista, De Antonio era un ateo de tercera generación, del que por aquel entonces se decía que había sido un pijo de Harvard con monóculo (de donde fue expulsado por un incendio provocado), piloto de bombardero (treinta y ocho misiones sobre Japón), capitán de gabarra (mientras estudiaba un máster de Filosofía), traficante de excedentes del ejército (con conexiones con la mafia) y ocasional profesor universitario y traductor de óperas. Sintió, asimismo, una atracción de por vida por la extrema izquierda y más tarde se granjearía un nombre como uno de los principales cineastas activistas. En una semblanza realizada por una revista se le describía como «un hombre enorme de complexión fuerte, con un gusto rabelaisiano por la vida y sus variados placeres», incluidas las cuatro esposas que ya había tenido hasta ese momento y otras dos que estaban en camino, así como ingentes cantidades de alcohol. («No me gusta el agua; jamás bebo agua»). Era tremendamente erudito y elocuente, y Warhol y él debieron de haber sido como Laurel y Hardy en las cenas que De Antonio organizaba para la gente más distinguida de Nueva York, en un apartamento ubicado a la vuelta de la esquina de la casa de nuestro artista. «Yo le presentaba a gente elegante. Por ejemplo, di una pequeña fiesta para una mujer terriblemente rica a la que conocía y serví solo marihuana y Dom Pérignon, y Andy hizo un precioso menú en francés».

Autoproclamado estafador (en el sentido comercial), De Antonio hizo una fortuna como agente de artistas y diseñadores; Johns y Rauschenberg se contaban entre sus clientes; decía que no lo hacía por los beneficios, pues sus principales ingresos provenían de contratos mucho más grandes que los de estos, sino para evitar que sus vanguardistas favoritos murieran de hambre. Johns y Rauschenberg estaban viviendo una vida tan de buhardilla cuando los conoció que acudían a su casa para ducharse. «Yo conocía a Warhol, a Rauschenberg, a Jasper Johns y a [Frank] Stella antes de que vendieran un solo cuadro», decía De Antonio. Ahora bien, más que ayudar a sus amigos artistas a colocar sus lienzos, les proporcionaba nuevos contratos comerciales. Consiguió exposiciones para Rauschenberg y Johns, y la decoración del nuevo restaurante Brasserie en el modernísimo edificio Seagram para Warhol, así como «asesoramiento de color» en un cine del Harlem español, calle arriba desde la nueva casa del artista. El propietario de la sala, un amigo de De Antonio que también era dueño del cine de arte y ensayo New Yorker, sentía que su empresa de Harlem era «una birria» y estaba desconectada de su barrio recientemente latino, y quería ideas sobre cómo arreglarlo. «Andy y yo fuimos hasta allí en un taxi. Andy lo

observó y dijo: "¡Oh, maravilloso!, píntelo al estilo portorriqueño". Cobró quinientos dólares y yo me llevé un tanto por ciento», escribiría más tarde De Antonio.

Pero el valor de De Antonio para Warhol seguramente consistió menos en generar dinero que capital cultural. Cuando Fredericks les presentó, el que pronto sería su ex ya había trabado amistad con los expresionistas abstractos Willem de Kooning y Barnett Newman, y luego había pasado a promocionar la película sobre los poetas *beat* *Pull My Daisy*, que le puso en estrecho contacto con la contracultura del centro. (Warhol tuvo la oportunidad de diseñar una serie de créditos para la película, pero creó algo tan deliberadamente repulsivo que fueron eliminados del filme casi de inmediato).

De Antonio mantenía una relación especialmente estrecha con John Cage, su amigo de toda la vida. Decía que las tardes de borracheras con el compositor a principios de los años cincuenta habían despertado su propio interés serio en el arte, y conducido después a su amistad con Johns y Rauschenberg; difícilmente podría haber contado con mejores credenciales culturales. Como diría más tarde Warhol: «Mi primer gran éxito fue conocer a Emile de Antonio».

De Antonio logró asimismo la adquisición artística más ambiciosa de Warhol en esa etapa. Un día de comienzos de 1960, cuando este estaba apenas iniciando sus experimentos en el pop, su amigo visitó la nueva casa de Lexington con Frank Stella, el nuevo abstraccionista más joven y más osado en escena. Llevaban consigo una fotografía del proyecto más reciente de Stella, conocido como los lienzos de Benjamin Moore. Las pinturas no eran mucho más que una serie de líneas blancas aplicadas sobre fondos lisos cuyos colores había escogido su autor del catálogo del venerable fabricante de pinturas, «para conservar la pintura en tan buen estado como en la lata». La serie combinaba las aspiraciones abstraccionistas de alta cultura con una referencia de baja cultura a paredes de apartamentos y tiendas de pintura. (Acababa de estrenarse una película cómica sobre los artistas modernos con un protagonista llamado Sherman Williams, nombre de la otra gran empresa de pinturas estadounidense). La serie de Stella tenía elementos del minimalismo, el conceptualismo y el pop art, antes de que se hubiera lanzado propiamente cualquiera de esos movimientos. Uno de los cuadros de la serie, con rayas finas de color turquesa sobre un intenso fondo amarillo, se aproxima al pop art propiamente dicho: es la viva imagen de una hoja de bloc de notas. El propio Stella decía que todas sus «abstracciones» rayadas habían partido en realidad de las banderas de Jasper Johns. Warhol quedó tan impresionado con lo que vio que le pagó para que hiciese versiones en miniatura de las seis pinturas que completaban la serie.

De Antonio, con su impresionante categoría, erudición y

conocimientos culturales, podría haber sido la figura más importante a la hora de sobrealimentar las ambiciones del propio Warhol de unirse a la vanguardia. «Tenemos que estar probando constantemente, en eso consiste en realidad el juego», era el resumen que hacía De Antonio de la misión del artista moderno. Warhol, que ya se hallaba preparado para esa misión por su educación en el Tech, estaba encantado de seguir el camino indicado por su nuevo amigo. Atribuía a este el mérito de convertirlo en un pintor, así como de llevarlo a su primera proyección clandestina, en el *loft* del gurú del cine Jonas Mekas, lo cual significaba que De Antonio era la fuente de todos los mayores proyectos de Warhol. Nuestro artista gustaba de referirse a él como «la persona de quien recibí mi formación artística», aunque el propio De Antonio veía esa declaración como una de las típicas reescrituras de la historia de su amigo; una persona sofisticada reinterpretándose a sí misma como ingenua.

«El arte comercial en aquella época era tan difícil porque la fotografía había tomado realmente el relevo y todos los ilustradores se estaban quedando sin trabajo muy rápido». Eso era lo que Warhol contaba sobre los inicios de su carrera en el pop art en una de sus últimas entrevistas. Incluso una década antes de esa época, cuando se había trasladado a Nueva York, había sido testigo del ascenso de una nueva cosecha de estrellas de la fotografía tales como Richard Avedon, Irving Penn y su propio amigo Dick Rutledge. Los directores artísticos de los años cincuenta apoyaban también pilas de trabajos icónicos de ilustradores como Saul Steinberg y Ben Shahn —y el propio Warhol—, lo cual representaba el último bastión del dibujo frente a la próxima victoria de la lente.

En 1961, el Club de Directores Artísticos de Nueva York, que había ayudado a promocionar la carrera de Warhol en los años cincuenta, estaba distribuyendo un anuario que incluía más de doscientas cincuenta fotos comerciales del año anterior, de figuras tales como Avedon, Art Kane y Bert Stern. Eso suponía el doble de las ilustraciones dibujadas que se incluían en ese mismo libro del club, a las que se había reservado un solo premio (que, de hecho, fue para un anuncio de I. Miller de Warhol), comparado con el montón de galardones concedidos a las fotos. Una década antes, cuando nuestro artista había sido por primera vez un medallista del Club de Directores Artísticos, las estadísticas habían mostrado casi lo contrario: las ilustraciones habían superado en número a las fotografías en el anuario en una proporción aproximada de cinco a tres. Todavía en 1958 Warhol incluía seis ilustraciones en el libro del club de Directores Artísticos, pero la cifra bajó a tres en 1959 y luego a dos en

1961, y al final a uno solo al año siguiente. Si las imágenes dibujadas lograban sobrevivir en las revistas de los años sesenta, se debía con frecuencia a que eran más rápidas y baratas de conseguir que las fotos.

Incluso Paul Rand, el icono del diseño en la juventud de Warhol, estaba perdiendo batallas por los dibujos a mano. Había roto con un socio que pensaba que la fotografía era el único camino que seguir, y que pasó a crear la histórica campaña que Volkswagen lanzó en 1959 con fotos casi modélicas de su Escarabajo. Las revolucionarias imágenes de esa campaña ocuparon un total de diez anuncios en el anuario del Club de Directores Artísticos de 1961 y ganaron dos medallas. Definían lo que consideramos el aspecto clásico de la publicidad de los años sesenta, hasta el extremo de que Warhol las empleó dos décadas después para realizar las pinturas acerca de anuncios famosos. En comparación, sus coquetas ilustraciones parecen en un principio irremisiblemente propias de los cincuenta. «Creo que, con independencia de lo encantador, caprichoso, elegante o bello que fuera cualquier dibujo, sencillamente no producía el impacto de una fotografía», decía un colega de Rand que fue testigo de la transición.

Los dibujos hechos a mano de Warhol tal vez adolecían de otra debilidad cuando se comparaban con la fotografía: parecían afeminados (y lo eran de forma deliberada) en contraste con el varonil producto de alta tecnología de un fotógrafo. El propio Warhol se refirió en cierta ocasión al «estilo mariquita» de sus dibujos de los años cincuenta, y en 1961 las ilustraciones con las que contribuyó a un folleto de beneficios corporativos fueron rechazadas explícitamente como «demasiado afeminadas».

Warhol, que siempre tuvo un buen ojo para el rumbo que estaba siguiendo la cultura, hizo algún tipo de esfuerzo para apuntalar su negocio. Justo al comienzo de 1959, intensificó su búsqueda de nuevos trabajos con un millar de folletos que anunciaban sus servicios. Estos incluían el dibujo de *blotted lines* de una mujer tatuada, de inspiración eduardiana —y, por lo tanto, pasado de moda— y clásicamente *camp*.

Seis meses después adoptó una estrategia diferente: firmó un nuevo acuerdo con la que era su agente desde hacía mucho tiempo, según el cual esta se encargaría de vender sus futuros trabajos como fotógrafo, cualesquiera que fuesen, e incluso se construyó un cuarto oscuro. Al año siguiente fue contratado como el fotógrafo de una especie de folleto sobre «La nueva belleza» publicado por Dow Chemicals, un viejo cliente de sus ilustraciones. Pero ninguno de esos esfuerzos dio ni por asomo los frutos deseados. De los setenta y un mil dólares que ingresaba en 1960, bajó a menos de sesenta mil en 1961. Su ayudante hablaba de ello como «un momento en el que el dinero era el dinero. Andy no rechazaba ninguna clase de trabajo», por poco apropiados

que fuesen para sus destrezas y su estilo.

Probablemente la caída de sus ingresos obedeció sobre todo a la pérdida de sus trabajos para I. Miller. La compañía dejó de garantizar la tarifa anual de Warhol a finales de 1957 —«no podemos ponernos en la situación de tener que pagar obras de arte que no hayamos utilizado»— y redujo el monopolio de Warhol de los anuncios en prensa de la empresa, que este no tardó en compartir con un ilustrador rival y varios fotógrafos. Los últimos meses de la década, los anuncios de I. Miller que nuestro artista publicaba en *The New York Times* empezaron a parecerse más a dibujos hechos a partir de fotos de productos que a las fantasiosas improvisaciones que había estado ofreciendo tan solo unos años atrás.

A principios de 1961, I. Miller encargó a un artista vanguardista muy conocido el diseño de una tienda emblemática en la Quinta Avenida, que era lo último en el estilo elegante de mitad de siglo. Cuesta imaginar que las floridas imágenes de Warhol encajasen en ese marco. El presidente de la empresa zapatera había decidido dar un giro a los mensajes que no dejaba espacio para su ilustrador «estrella». Warhol fue llamado al despacho y despedido.

«Estaba muy disgustado cuando le echaron», recordaba el ayudante de Warhol. Aquello debió de herir el ego de su jefe casi tanto como su balance final.

¿Cuál fue la respuesta de Warhol al paso de sus clientes a la fotografía? «Comencé a exhibir mis trabajos en las galerías». A primera vista, eso apenas tiene sentido. ¿Quién acude a las bellas artes en busca de negocio? A pesar de la atención de la prensa que Jackson Pollock y compañía estaban empezando a recibir cuando Warhol llegó a Nueva York, nadie habría imaginado que la vida de un artista no conllevase buhardillas sin agua caliente y con sopa a base de kétchup. En la cumbre de su fama, en 1953, la mejor venta de Pollock fue por valor de seis mil dólares. James Rosenquist, más tarde colega pop de Warhol, recordaba cómo, incluso bien entrados los años cincuenta, «tener una carrera en el mundo del arte era como buscar un fantasma. En esencia no existía ningún mundo del arte ni ningún mercado, especialmente para la clase de arte que estábamos haciendo. ¿Cómo podías hacer carrera en ese contexto? Sería como asir el aire».

Y sin embargo, en solo unos pocos años, y ciertamente a finales de la década, empezaba a parecer que «uno podía optar por una carrera artística del mismo modo que podía dedicarse al derecho, la medicina o la política —como recordaba el amigo y colega de Warhol Larry Rivers, que añadía—: Las discusiones acerca de las virtudes y los problemas del arte figurativo frente al arte abstracto comenzaron a

mezclarse con las noticias de artistas que conseguían exposiciones, vendían sus obras y aparecían en artículos de periódicos y revistas. Se empezaba a oír con más frecuencia la palabra "carrera" en relación con lo que comenzaba a tener lugar […]. Todavía recuerdo que, no mucho tiempo después, Bill de Kooning me dijo: "¡Bueno, ya sabes, la buena vida!". Aquello sonaba chocante». En 1959, De Kooning hizo una exposición en la que vendió todas sus obras el primer día y se embolsó ciento cincuenta mil dólares. Como diría más tarde ese mismo año un observador: «El arte se está plantando delante de todo el mundo; todas las galerías están empleando los métodos de Madison Avenue». Solo desde 1954 se había duplicado el número de galerías y se había declarado abiertamente el auge del arte estadounidense: los marchantes parisinos acudían ahora a Nueva York en busca de nuevos talentos, algo impensable antes.

Es posible que en los primeros días del pop, cuando este todavía era invendible, la decisión de Warhol de representar los bienes de consumo fuese concebida —o al menos interpretada— como un golpe irónico al descontrolado mercado del arte del que todo el mundo estaba hablando, y a la manera en que este convertía cualquier objeto artístico en una mercancía. Una pintura podía estar todavía húmeda, decía un marchante que fue testigo de la transformación, «cuando de repente empieza a ser un zapato, una pulsera o un caballo o cualquier otra cosa, como un automóvil».

James Rosenquist recordaba a un notable beneficiario de este auge del prepop: «Una mañana de invierno salí de mi edificio y vi llegar ese sedán Jaguar blanco. Al volante iba Jasper [Johns] luciendo un abrigo blanco. Blanco sobre blanco. Con su primer cheque se había comprado un abrigo y un Jaguar […]. Yo estaba feliz al ver que un artista vagabundo por fin ganaba dinero». Una conocida marchante recordaba especialmente el efecto de este auge en las bocas de sus artistas: «De repente descubrí que todos tenían dientes nuevos, buenos y bonitos».

La situación llegó al extremo de que el éxito del mundo artístico se había convertido en tema de películas cómicas, incluidas dos que merecieron una crónica en una revista de arte, en páginas que seguían al primer reportaje sobre Warhol como artista pop. Las nuevas películas, decía el artículo, mostraban cómo el artista estadounidense se había convertido en «un modelo de adaptación a la sociedad adquisitiva […] en su camino hacia las comodidades de la convivencia con una camarilla de la calle Diez o con los miembros de alta sociedad del norte de Manhattan». Warhol, que ni pintado.

Una de las películas, una auténtica joya, trata del auge y el reemplazo del expresionismo abstracto, y en ella aparecen como figurantes Jim Dine y Lucas Samaras, del grupo de la iglesia Memorial

Judson. (Warhol coleccionaba la obra de ambos por entonces). El protagonista es un pintor de caballos con poco mundo que llega a Nueva York a probar fortuna. Liga con un elegante homosexual en el Greenwich Village y se atraganta con un café expreso bohemio mientras escucha declamar a un poeta *beat*: «¡No cesaremos de estar vivos hasta que estemos muertos!». Aprende el expresionismo abstracto y finalmente lo trasciende cuando caen sobre su abstracción un par de huevos fritos que el viento cubre con un recorte de periódico que llega volando; un guiño evidente a los hacía poco famosos revoltijos de Rauschenberg.

La cultura en su conjunto estaba llegando a sentirse cómoda con el concepto del artista como historia de éxito, justamente en los mismos años en que el artista comercial como fracaso estaba empezando a ser un concepto en la vida de Warhol. En un principio, es probable que nuestro artista no se sintiera tremendamente impresionado por las cantidades que se pagaban por el arte plástico: Johns ganó menos con el dibujo que Warhol le compró de lo que este habría cobrado por uno de sus pequeños encargos comerciales. Incluso sus lienzos más importantes y ambiciosos solo se vendían a un precio unas pocas veces más alto. Ahora bien, al menos se estaba poniendo de manifiesto un repunte en el capital social y cultural del mundo del arte, y que era probable que eso reportase dinero. El paso a las artes plásticas tal vez se le antojó a Warhol una jugada sensata, o cuando menos no fantasiosa.

Cuando un amigo le contó a nuestro artista que se marchaba a París en busca de un auténtico ambiente artístico, este le hizo saber que estaba desfasado. «Está aquí», le explicó.

La historia acerca de la transición de Warhol a principios de los años sesenta del humilde ilustrador de zapatos al ambicioso artista plástico llegó a ser una parte integrante de su leyenda, que contaba una y otra vez él, aunque en realidad estuvo dedicado a las artes plásticas casi desde el día de su llegada a Nueva York. A comienzos de los años cincuenta ya había declarado que estaba dejando la ilustración para dedicarse a la pintura; durante esa década expuso en galerías casi una vez al año. Cuando llegó el pop, apenas era ya el neófito del arte por el que se le ha tomado.

Warhol no necesitaba cambiar su identidad de ilustrador comercial por la de artista plástico. Siempre había existido una infinidad de talentos importantes que habían compaginado la publicidad con el arte, e incluso había oído alguna perorata que alentaba la transición. Asimismo, había estado consiguiendo numerosas exposiciones en galerías. El problema residía en que estas jamás habían tenido importancia más allá del ínfimo círculo de los homosexuales de la parte alta de Manhattan. Eso debió de resultar mortificante para

alguien que fue la estrella de su escuela de arte, pero después tuvo que resignarse al tedio de los interminables anuncios de calzado. Las enormes pilas de facturas y *blottings* que se conservan dan una idea de la incesante y soporífera cadena de producción comercial; la verdadera «fábrica» de la vida de Warhol con la que su pop art jamás pudo competir. No es de extrañar que, con el cambio de década, Warhol estuviera haciendo todo cuanto estaba en su poder para imprimir una nueva dirección a su carrera.

De Antonio, que estaba allí para ser testigo del esfuerzo de Warhol, reconocía el valor que esto requería: «Tan pronto como dices "arte comercial", se juzga sencillamente como: "¡Oh, qué dibujo tan bonito!", y ahí queda la cosa. O "¿Vende zapatos?", y eso es todo. Pero si ofreces arte de veras, entonces estás siendo juzgado. Tu ego está en la cuerda floja, en un equilibrio muy precario». El reto de Warhol consistía en dar un paso adelante y crear obras verdaderamente importantes cuya relevancia fuese reconocida por los demás, y él lo sabía.

Pero lo cierto es que su nuevo arte comenzó siendo mero escaparatismo.

En casa, trabajando en su pop art temprano.

13
1961

LA UTILERÍA DE ESCAPARATES SE CONVIERTE EN POP ART | YVES KLEIN | IVAN KARP Y HENRY GELDZAHLER VISITAN EL ESTUDIO

«¿Cuál es la bebida favorita de la nación? ¿La cerveza?, ¿el licor de maíz?, ¿los refrescos? No, señor, es la sopa».

A finales de abril de 1961, una adolescente que pasara caminando por el escaparate de la vieja tienda Gunther Jaeckel, en la calle 57, habría mirado dos veces. La peletería para damas de cierta edad, recientemente comprada por los grandes almacenes Bonwit Teller, que no se encontraban lejos, había decidido por algún motivo mostrar vestidos elegantes en intensos tonos florales, rojos y azules, un agradable espectáculo sin duda para una chica atraída por la moda. El escaparatista estaba trabajando en la misma línea, emparejando esa ropa con utilería dirigida a gustos aún más juveniles. (Véase el encarte en color).

Detrás del vestido rojo había colgado una viñeta enormemente ampliada de un cómic de Lois Lane que nuestra joven habría leído no haría mucho; los calzoncillos color escarlata de Superman de esa viñeta combinaban a la perfección con el color del vestido de delante. El artista había colocado el vestido azul ante la imagen de una viñeta de Popeye con un tono a juego. Detrás de los motivos florales multicolor se apreciaban detalles ampliados de anuncios de revistas para chicas (de una rinoplastia, de Pepsi-Cola). Esa utilería de escaparate era obra de un tal Andy Warhol, como sus primeras pinturas consideradas pop art.

Y he aquí la primera crítica que cosecharon: «VIÑETAS EN CANTIDAD COMO RECLAMOS: Una galería de tiras cómicas proporciona el fondo para una fila de maniquíes que lucen vestidos». Apareció en una publicación comercial de escaparatistas, y demostraba que, en el momento de su nacimiento, las pinturas pop de Warhol, utilizadas como fondos con que conjuntar los colores de los productos, seguían inmersas en la auténtica cultura popular del consumo, los anuncios y los cómics. Sus cuadros no habían comenzado a contemplar esa cultura desde la cumbre de las artes plásticas.

Como recordaba Warhol: «Hice algunas pinturas publicitarias que se utilizaron en el escaparate de Bonwit Teller (la nueva empresa matriz de Gunther Jaeckel) y salieron de allí para entrar en una galería». O, en otra ocasión: «Me encargaba de los escaparates, así que hice esos cuadros para el escaparate y gustaron a la gente». Pero los historiadores del arte no parecen haber aceptado esta idea, expresada más de una vez, de que esas primeras pinturas pop «eran solo arte para escaparates», de que en verdad estaban anunciando antes de ser elevadas a la categoría de obras de galería.

Encajan perfectamente en la cultura comercial de su época. Si la utilería de Warhol parece dirigirse a un público aún más joven que el de los vestidos colocados ante ella, podría deberse a que el espacio justo detrás de su escaparate había albergado hasta hacía poco la tienda especializada Bonwiteen, que la compañía matriz de Gunther Jaeckel había instalado allí. (Había también una «nueva y espectacular sección de bolsos», lo cual explicaba el que estaba situado literalmente al frente y en el centro de la exposición de Warhol). Las nuevas modas femeninas buscaban atraer a una multitud de adolescentes, que los minoristas estaban empezando a estudiar «a la manera en que los ganaderos observan el ganado, pensando en cuántos pedazos sacarán de cada animal», según un artículo que comentaba la atención que Bonwit prestaba a este nuevo sector demográfico. Las adolescentes con poder adquisitivo reciente estaban empezando a tener sus propias ideas acerca de lo que deseaban llevar —«ideas que difieren con frecuencia de las de sus madres»—, y las viñetas y los anuncios del escaparate de Warhol pretendían atraer claramente a esa multitud, que comenzaba a confiar en sus propios gustos y deseos. Los estudiosos han estado prestando atención a toda suerte de temas identitarios en el pop de Warhol: a la identidad *queer*, la clase e incluso la raza. Rara vez advierten que la edad es otra categoría cultural a la que él y su arte estaban estrechamente vinculados. En 1956, cuando se le brindó una oportunidad de exponer artes plásticas en un escaparate de Bonwit, sus dibujos de niños ya se habían considerado una buena combinación para el alegre vestido de lunares exhibido delante de ellos, identificado en el propio escaparate como un ejemplo de «la ropa de las jóvenes estadounidenses». En su disposición de «pop art» de 1961 en Gunther Jaeckel, el logotipo de Pepsi en una de sus pinturas pertenecía a una marca que había adoptado recientemente el eslogan: «Para los que piensan como jóvenes». Los cómics sobre los que improvisaba en los otros lienzos del escaparate estaban siendo leídos en esos momentos por el 90 por ciento de los niños y adolescentes. Todos los lunes, después del colegio, la televisión emitía *Popeye* seguido de *Superman*, el mismo emparejamiento que había hecho Warhol. El pop art propiamente

dicho no tardaría mucho en ser condenado como «el estúpido y despreciable estilo de los niñatos que no paran de mascar chichle, las adolescentes fanáticas de las modas y, aun peor, los delincuentes», lo que, al parecer, puede ser una descripción acertada tanto como un ataque. O incluso podría tratarse de un elogio: fue la cultura adolescente del pop art, que se consideraba uno de sus primeros defensores, la que permitió que este se alzara en contra de los valores prefijados. Cuando un reportero preguntó a Warhol en cierta ocasión su edad, el artista se negó a revelársela, pero le dio en cambio una perspectiva importante: «Si respondo, cambiará mi imagen».

«Lo que casi nadie habría visto en 1961, si hubieran pasado ante el escaparate de Bonwit Teller, es que estaba lleno de arte —recordaba el filósofo Arthur Danto, que andaba por allí por entonces y que se convirtió en uno de los principales defensores del pop de Warhol—. Pensaban estar viendo ropa de mujer antepuesta a algunas imágenes normales y corrientes tomadas de la cultura por algún escaparatista imaginativo, con toda probabilidad homosexual». Habrían tenido toda la razón. Y habrían comprendido lo que estaban contemplando, pues se habían topado antes con visiones similares. Las fotos de los escaparates de las tiendas de mediados de siglo muestran muchos cuadros enmarcados utilizados como elegante utilería, y rara vez hay forma de decir si se pretendía que fuesen interpretados como accesorios efímeros o como arte plástico perdurable. Ello se debe a que el escaparatismo, incluido el de Warhol para Gunther Jaeckel, apenas distingue entre ambos. Los cuadros-utilería de nuestro artista ciertamente no parecen haber sido pintados pensando en la posteridad ni en los museos. Se hicieron con pinturas de caseína de secado rápido, al agua y fáciles de usar, y más típicas del estudio de un ilustrador que del de un artista plástico. Una foto temprana muestra la tosquedad con que se habían tensado los lienzos de Gunther Jaeckel antes de introducirse en la exposición de Warhol. Una imagen de 1961 de una vitrina de Bonwit, que combinaba maniquíes y móviles del estilo de Calder, sintetizaba en su leyenda la concepción de la industria: «La utilería contemporánea es un extraordinario complemento para las modas contemporáneas».

A los espectadores de los cuadros-utilería de Warhol no les habrían sorprendido siquiera su estilo ni sus temas. Los mejores escaparatistas de Nueva York habían entendido el vocabulario básico del pop mucho antes de que este triunfara en el mundo artístico. En 1952, el destacado escaparatista Lester Gaba había pintado un cuadro de lo más pop de un ojo muy ampliado que prefigura el primer plano de un ojo que Warhol filmó y luego proyectó en 1966. Gaba había basado su pintura en alguna publicación para consumo masivo que había recortado, preservando e incluso enfatizando los enormes puntos a

media tinta que Warhol incluyó en algunas de sus primeras obras de pop art y que llegaron a ser el distintivo de su rival Roy Lichtenstein, quien también había decorado escaparates, como hicieron la mayoría de los otros pioneros del pop. (Un texto sobre el serigrafiado comercial describía cómo, «desde el punto de vista de la innovación, el efecto de tablero de ajedrez a media tinta posee valor publicitario»; especialmente, decía, en los escaparates). Gaba había titulado su cuadro del ojo *La mirada estadounidense* y es notable que lo exhibiera como arte, pero también como utilería de escaparate.

En otras anticipaciones del pop, a finales de los años cincuenta el maniquí de un escaparate de Bonwit se colocó contra una pared de sacos de arpillera impresa —casi con certeza serigrafiada, en lo que llegaría a ser la técnica distintiva de Warhol— con grandes corazones rojos, produciendo un efecto que parece directamente sacado del arte de la década siguiente. Un escaparate de Tiffany, la tienda hermana de Bonwit, exponía sus joyas en un estante con conos de helados que prefiguraba las esculturas de Claes Oldenburg y las pinturas de Wayne Thiebaud de solo unos años más tarde. Estos ejemplos demuestran cuánto había penetrado la cultura juvenil en la mercadotecnia de alta gama y qué poco espacio quedaba para la estética establecida en las artes plásticas de ese momento: para la «intensidad emocional» del expresionismo abstracto que se consideraba tan inadecuada para la publicidad, que necesitaba, en cambio, el juego despreocupado de la cultura popular.

Justo cuando Warhol estaba decorando su escaparate de Gunther Jaeckel, su cliente para este, el famoso director de escaparatismo Gene Moore, se hallaba escribiendo sobre cómo el mejor escaparatismo «parece decir que el diseño y el arte pueden deleitar ligeramente, que lo transitorio puede ser creativo a la par que entretenido. El arte del escaparatismo sirve cada vez más como un puente entre la seriedad de los museos y el papel y la cuerda de la vida cotidiana», lo cual no es una mala descripción de al menos uno de los atractivos del pop art. En 1959, el futuro pintor pop James Rosenquist había llenado los escaparates de Bonwit de numerosos elementos de la cultura popular (un cuadro de la antorcha de la estatua de la Libertad; de la cara de una «chica Gibson»), y todavía en 1966 un crítico continuaba censurando la «aproximación al arte propia de un escaparatista» de Warhol.

Otro escaparatista de Bonwit decía que nuestro artista disfrutaba en realidad con el carácter efímero del trabajo, «hoy aquí, mañana desaparecido, así como de su inmediatez, del reportaje y del periodismo», una cualidad que Warhol pasó a incorporar asimismo a su arte plástico, para la eterna confusión de los críticos, los coleccionistas y el mercado del arte. Su pop no consistía en tomar

prestados un par de detalles del trabajo comercial, como hacían muchos de sus colegas más próximos, sino que consistía en introducir todas sus cualidades más dudosas en el ámbito de las artes plásticas y deleitarse con la confusión que causaban allí. «Quiere hacer algo que podríamos sacar del Museo Guggenheim para colocarlo en el escaparate de A&P y tener un anuncio en lugar de un cuadro», se quejaba un crítico temprano de Warhol, que daba en el clavo, pero al revés: las pinturas pop empezaron en los escaparates y después emigraron a los museos.

A comienzos de 1963, cuando el pop art «oficial» apenas había anunciado su presencia, Lester Gaba ya estaba escribiendo sobre lo perfectamente apropiado que era el movimiento para el escaparatismo y cómo las obras que lo encarnaban, incluidos los cuadros de Warhol, se estaban utilizando ya en los decorados para vender licores y cosméticos. Al año siguiente, Gaba veía el pop por todas partes y lo recomendaba para toda clase de escaparates. El marchante Ivan Karp recordaba cómo la prensa de la moda reparó en el pop art incluso antes de que lo hicieran los críticos de arte, «porque los materiales empleados por los artistas pop se relacionaban con su mundo en cierto nivel».

Un material muy similar había sido popular en las publicaciones de gran difusión durante la mayor parte del decenio anterior. En 1952, el primer número de la revista *Mad* incluía una página inspirada en cómics con irónicas onomatopeyas del estilo de «¡PUM!» o «¡ZAS!» y exagerados puntos a media tinta, una década entera antes de que Lichtenstein se apropiara de los mismos elementos en su irónico arte plástico. En 1953, un fotógrafo de moda retrató a una modelo delante de una cuadrícula interminable de signos de dólar absolutamente warholiana, mientras que dos años después las modelos posarían delante de una sólida pared de botes de kétchup Hunt's. La sesión fue para un número de una revista que tenía Warhol y que es probable que sirviera de inspiración para la cuadrícula de doscientas diez botellas de Coca-Cola que pintaría cinco años más tarde. Las cuadrículas y la «serialidad» distintivas del pop art de nuestro artista pueden encontrarse en muchas imágenes publicitarias precedentes, incluidas varias de su propia creación.

Los trabajos comerciales que el propio Warhol hacía en los años cincuenta recurrían a los mismos juegos con la alta y la baja cultura que la prensa de la moda. Estaban plagados de imágenes tomadas de marcas populares, utilizadas como una especie de decoración de baja cultura, que él mantenía en tensión con sus propios diseños artesanales harto más elitistas. La falsa fiesta de cumpleaños que había preparado para Tiffany a principios de 1959 había incluido una botella de Coca-Cola, que Warhol había decorado con pintura dorada;

y en una de sus ilustraciones por encargo emparejaba el refresco con un elegante zapato. En torno a ese mismo momento, en el folleto que envió para estimular el negocio, Warhol tatuó a su dama eduardiana con logotipos corrientes de la posguerra: Pepsodent, Lucky Strike, kétchup Hunt's y Dow (que ya era cliente suyo). Convirtió la piel de la dama en un lienzo protopop, del mismo modo que su escaparate de Gunther Jaeckel había sido una exposición protopop.

Los cuadros-utilería que Warhol incorporaba a sus escaparates no eran tan solo un reflejo de la estética comercial. Estaban asimismo estrechamente vinculados a los gustos del *camp* de los años cincuenta, que estaba a su vez ligado a elementos de la cultura popular. Cuando hizo uno de sus «dibujos de pollas» de su amigo Charles Lisanby, incluyó en la imagen una botella de Coca-Cola para ser «irrespetuoso», decía este; la falta de respeto era esencial en el gusto *camp* por los ataques desde los márgenes de la cultura.

Susan Sontag describía que un verdadero entendido en lo *camp* hallaría «ingeniosa» satisfacción «no en la poesía latina, los vinos raros y las chaquetas de terciopelo, sino en los placeres más groseros y ordinarios, en las artes de las masas. El mero uso no mancilla los objetos de su placer, pues aprende a poseerlos de una manera extraña». El momento eureka de Warhol —uno de los más grandes en la historia del arte— llegó cuando se percató de que podía coger los gustos de la humilde cultura popular, que conocía de lo *camp* y del comercio elitista, y trasladarlos casi inalterados al «extraño» reino de las artes plásticas. Desde el punto de vista de la historia del arte, estaba cogiendo el pop art, en el temprano sentido británico del término (como el arte hecho dentro de la cultura popular), y convirtiéndolo en pop art en el sentido estadounidense (como las bellas artes hechas a partir de la cultura popular). Warhol estaba diciendo la verdad, por una vez, cuando recordaba los orígenes de su pop art: «Hice algunos escaparates para Bonwit y eran cuadros, y entonces una galería los vio y comencé a colocar los escaparates en las galerías».

Ya existía toda una estética del pop desarrollada fuera del mundo artístico y, en una jugada digna de Marcel Duchamp, Warhol la utilizó como un *ready-made*, a la manera en que su héroe había usado objetos individuales, como urinarios y botelleros. Por decreto duchampiano, Warhol nos hizo creer que su escaparate de Gunther Jaeckel, lleno de cuadros que hacen guiños a la cultura popular, también permitiría vislumbrar su estudio de artista repleto de bellas artes.

«La persona de la que recibí mi formación artística fue Emile de Antonio […]. Dee fue la primera persona que conozco que veía el arte

comercial como arte real y el arte real como arte comercial»: son las palabras puestas en boca de Warhol por el autor fantasma de sus memorias de los años sesenta. Pero no describen bien del todo la situación: el impacto del pop art dependía de que fuese arte de galería en lugar de un producto comercial real, y de la distinción que mantuviese. Es decir, que el pop no debía ser escaparatismo, al igual que el urinario de Duchamp no era un inodoro.

En la segunda mitad de 1961, parece que Warhol andaba dedicado a convertir su utilería de escaparate en arte inconfundible. Por ejemplo, añadió florituras con pretensiones claramente artísticas a su cuadro de Superman, incorporando un montón de pinceladas que no estaban cuando formaba parte del escaparate de la tienda; asimismo, borró parte de su texto buscando un efecto que seguramente se le antojó más «poético». Además, hizo nuevas improvisaciones sobre sus otros lienzos para Gunther Jaeckel, en las que creó un cuadro que enfocaba más de cerca a Popeye y otros que añadían a Batman y a Dick Tracy a su elenco de coloridos superhéroes. Realizó más pinturas basadas en anuncios y otro puñado basado en objetos domésticos, a menudo al estilo *camp* eduardiano, como una bañera con patas y un teléfono de tipo candelabro. Pintó asimismo un peculiar cuadro del sifón de fontanería de un lavabo visto desde abajo, que guarda un parecido revelador con un trozo de tubería utilizado como uno de los primeros objetos *ready-mades* de Estados Unidos en 1917, en el mismo momento en que Duchamp concibió su urinario. Esa famosa obra fue evocada en un retrete que Warhol pintó también en 1961. Uno de sus amigos entre los profesores homosexuales del Tech le propuso ir juntos a ver un urinario de Duchamp en una exposición: «Tengo que orinar» fue la divertida respuesta de Warhol. Y luego llegó a comprar una lujosa edición de *Boîte-en-valise* del dadaísta, esa colección de facsímiles en miniatura de sus obras que nuestro artista habría conocido ya en la galería Outlines de Pittsburgh.

El interés de Warhol por el arte radical parece haber llegado incluso más allá de Duchamp. Mientras tanteaba el camino hacia el pop, aceptaba asimismo trabajos experimentales que rompían completamente con las viejas reglas; incluso estaba probando suerte con semejante ruptura. «Pintaba» tendiendo su lienzo sobre la acera y dejando que los zapatos sucios de los transeúntes lo convirtieran de forma automática en un Pollock. Yoko Ono había hecho algo similar en su loft de la calle Chambers y posteriormente en su primera exposición en solitario, en una galería dirigida por George Maciunas, seguidor de Warhol en el Tech y uno de los fundadores de Fluxus, un movimiento informal de innovadores radicales en el arte y la interpretación.

El experimento más extremo del propio Warhol probablemente

fuera el de los cuadros que hizo orinando sobre lienzos en blanco, llevando a nuevos niveles la reciente moda de los «cuadros de manchas» de ciertos abstraccionistas y burlándose asimismo de estos. (Repitió el experimento en los años setenta, de manera más pública y con resultados más atractivos).

Warhol tuvo otro contacto trascendental con el más vanguardista del momento, según la viuda del gran embaucador francés Yves Klein: «Recuerdo una vez que salíamos del hotel para ir a comer y nos cruzamos con un grupo de jóvenes entre los que estaba Andy Warhol, que por entonces todavía no era famoso, e Yves y él se saludaron porque se conocían». El escenario era el hotel Chelsea en la primavera de 1961, cuando Klein ya era famoso, e infame, por sus lienzos monocromáticos que eran simplemente superficies lisas de pintura azul. Warhol vio algunos de ellos esa misma primavera en la exposición individual del artista en la galería Castelli, que era lo que había llevado a Klein a viajar desde Francia. En cierta ocasión hizo una exposición entera de esos lienzos, todos ellos perfectamente idénticos, a excepción de los precios, que eran muy diferentes —jugó al mismo juego con los precios en Castelli—, y la revista *Time* contó que una vez había presentado una galería vacía como su arte, un artículo que desencadenó una serie de airadas cartas de los lectores. El propio Klein contó a un reportero neoyorquino que había pintado un lienzo con sus pies cubiertos de pigmento (lo que recordaba las pinturas de las pisadas de Warhol), y el humorista Art Buchwald había publicado recientemente una columna sobre las obras que hacía Klein utilizando mujeres desnudas a modo de brocha. Cuando llegó a Nueva York, el francés hizo un montón más de ellas en el estudio de Larry Rivers, el buen amigo de Warhol, quien es probable que tuviera noticias de la estrafalaria *performance* y que incluso la viera.

Ese era el salvaje a quien Warhol llegó a conocer al menos un poco en abril y mayo de 1961. Probablemente ambos coincidieran en una de las innumerables visitas al estudio que Rivers organizó para el francés entre artistas neoyorquinos tales como Johns, Rauschenberg, Stella y otros varios, incluidas varias figuras emergentes del pop art. De una u otra forma, Warhol era lo bastante próximo a Klein para recibir una invitación a su boda en París tan solo seis meses después. (El banquete nupcial se celebró en un estudio que Rivers tenía alquilado allí). En noviembre de 1962, no mucho después de la muerte prematura de Klein, Warhol se presentó en la inauguración de otra exposición en solitario de este y al parecer compró un par de sus obras monocromas nada menos que a Alexander Iolas, el marchante que había organizado su primera exposición una década antes y que le organizaría la última un cuarto de siglo después. Pero incluso antes de aquello, Warhol había estado introduciendo grandes superficies

blancas en algunos de sus primeros cuadros pop pintados a mano. Su primer retrato pop, de Robert Rauschenberg, era una serigrafía en negro encima del azul característico de Klein, con lo cual rendía homenaje a dos predecesores a la vez. En 1963, Warhol había empezado a emparejar sus pinturas pop con los lienzos del estilo de Klein, que pintaba de un solo color. Un notable estudioso ha apreciado incluso un fuerte vínculo entre el absurdo desfile de cuadros azules idénticos del francés y la exposición igualmente insólita de Warhol, semanas después de la muerte de aquel, de treinta y dos *Sopas Campbell's* apenas diferentes.

El personaje artístico de Klein representaba a un timador que iba del sabio al bobalicón y al vanidoso que se patrocinaba a sí mismo, desplegando una actitud impasible al estilo de Buster Keaton, que resultaba a la par encantadora y desconcertante. Cuesta pensar en algún otro artista que pueda haber ejercido una influencia tan grande sobre Warhol cuando este comenzaba a construir su propia fachada pública. Después de todo, Klein había insistido en que «un pintor debe pintar una sola obra maestra: él mismo, constantemente, y convertirse así en una especie de reactor nuclear, una especie de generador constante de rayos que impregnen la atmósfera». Pero el francés también demostró que semejante autocreación podía causar tanto daño como bien. Un crítico lo tachaba de ser «el último *sugar Dada*[6] llegado del mercado común parisino», y otro escribió que «si la gente es tan tonta que se toma en serio semejantes estupideces, solo cabe felicitar al embaucador», invectivas ambas muy próximas a las primeras que recibiría el pop art de Warhol. Rivers, un defensor de Klein, decía que casi todos los artistas neoyorquinos lo tachaban de «farsante extremadamente ambicioso». Y este, timador y farsante, es el modelo más evidente para Warhol, el «simulacro de artista», como fue descrito con frecuencia a lo largo de los años sesenta. La mera magnitud de la cobertura que merecieron los engaños de Klein debió de empujarlo a seguir un camino parecido. A principios de los años setenta, Warhol, el cazador de titulares, estaba siendo considerado como un avatar del francés muerto ya mucho tiempo atrás.

La influencia quizá funcionase asimismo en el otro sentido. «Lo grito: KITSCH, CURSI, DE MAL GUSTO. Esta es una nueva noción en el ARTE. Mientras estamos en ello, olvidemos por completo el ARTE». Estas palabras, que bien podrían haber sido pronunciadas por Warhol, pertenecen en realidad a un ensayo publicado por Klein justo después de su viaje a Estados Unidos y no tenían ningún precedente en nada de lo que había dicho con anterioridad. Casi nadie osa seguir hallando algo cursi o antiartístico en sus obras, pero eso tenía sentido en la Nueva York de 1961. Al año siguiente, Klein fue incluido en la primera exposición que tomaba en consideración el pop art, junto con

figuras como Oldenburg y Lichtenstein, pero también Warhol.

Tal vez parezca que no hubo muchos acontecimientos notables en la vida de Warhol en Nueva York durante 1961, pero es una falsa impresión: la acción se había trasladado sencillamente al interior, a las habitaciones de su casa que utilizaba para la creación artística.

En el salón de abajo, donde estaba instalado Nathan Gluck, se desarrollaba un trabajo comercial frenético, pese a la caída de los ingresos de Warhol, o tal vez para intentar compensarla. Nuestro artista envió por correo una factura casi todos los días laborables de ese año y por todo tipo de trabajos, desde diseños textiles hasta invitaciones para conciertos bluegrass o tiras de película. (Cuesta imaginar cómo serían esas tiras de películas, pero una de 1960 le reportó una respetable cantidad de mil dólares). Y zapatos, zapatos y más zapatos, por supuesto, dibujados sobre todo para anunciar el calzado vendido en Bonwit Teller, ahora su principal cliente y mecenas de sus obras de escaparatismo, que continuaba produciendo durante el resto del año en su más típico estilo de los años cincuenta. (Al parecer, Warhol reservó los diseños pop juveniles para Gunther Jaeckel).

Y mientras tanto, como recordaba Gluck, Warhol subía y bajaba corriendo desde su propia sala de trabajo, justo encima, cargando con lienzos en los que su ayudante nunca le veía trabajar en realidad, pero que parecen haber sido la profunda preocupación de nuestro artista, por más que secreta. Veía amontonarse las exposiciones y las reseñas de amigos y conocidos (Philip Pearlstein, Larry Rivers, Alex Katz, Yves Klein, Balcomb Greene, incluso su compañera de clase, Gillian Jagger), mientras que él mismo todavía no tenía nada que compensase sus esfuerzos.

Esa situación solamente cambió debido a una especie de decepción sufrida por Warhol. Un día de principios de otoño de 1961 se había presentado en la galería Castelli, donde se había convertido en un habitual. Además de sus litografías de Jasper Johns y del dibujo de la bombilla, finalmente llegó a adquirir los cuadros de Moore ideados por Stella y una gran escultura de chatarra de John Chamberlain (que no cabía por la puerta del salón de Warhol, por lo que permaneció durante años en el rellano, sirviendo de estantería para paquetes postales; Julia rogaría a sus nietos que le ayudasen a deshacerse de ella). Como recordaba el director de la galería, Ivan Karp, fue a mostrar a su cliente en ciernes una obra que un joven artista había dejado allí recientemente, un cuadro de cómics de un tal Roy Lichtenstein. «Se lo enseñé —recordaba Karp—, y el joven Warhol, aquel hombre con la tez muy muy moteada y un mechón de pelo

blanco, dijo: “Dios mío, yo tengo en mi estudio cosas parecidísimas a esta. ¿Podría venir conmigo a verlas?”. Yo le dije: “Bueno, ¿dónde está su estudio? No quiero ir a Queens”. Él respondió: “Oh, Queens”. Y añadió: “Oh, no, no está en Queens. Está a unas pocas manzanas, en Lexington Avenue”. Así que fui a su estudio la semana siguiente y vi allí su obra por primera vez».

Pero tal vez la reacción de Warhol a las obras de Lichtenstein no fuese en realidad decepción por que alguien había llegado primero a los cómics, tal como el propio Karp contaba a veces. Podría haber sido igualmente emoción al descubrir alguna clase de validación, nada menos que en la galería más avanzada de la ciudad, de su maniobra para convertir en arte su utilería de escaparates.

Karp recordaba haber visitado la casa, de un azul claro, de Warhol y haber encontrado un salón muy elegante con finos muebles victorianos, así como buenos cuadros colgados en las paredes y de un «carácter generalmente surrealista» (sin duda el Matta y el Chelishchev). Nuestro artista, un poquito rechoncho en esa etapa recientemente burguesa de su vida, se mantuvo en las sombras para ocultar su estropeada piel. Apilados contra una pared hacia un lado estaban algunos de los nuevos lienzos de Warhol. Al echarles un vistazo, Karp quedó impresionado por «una de esas cosas que te hacen incorporarte de un salto en la cama, al pensar que algo muy extraño estaba sucediendo en el mundo del arte». Estaba asombrado por la aparición súbita y simultánea de tanto arte similar a manos de tantas figuras desconectadas entre sí: Warhol más Lichtenstein y Oldenburg, y también Tom Wesselmann y James Rosenquist. «La idea de hacer imágenes sobrias, sombrías, contundentes y en riguroso blanco como aquellas era contraria al ánimo predominante en las artes, pero me produjo un escalofrío», recordaba el director de la galería. Nadie vería el pop como un estilo alegre y agradable hasta más adelante.

Karp era hijo de judíos pobres de Flatbush para quienes el éxito tenía tanto que ver con la cultura como con el dinero. Tras un comienzo accidentado, él acabó logrando ambas cosas. En un reportaje de los años sesenta se describía su vestimenta como «al estilo de un hacendado» (chaqueta de pana, camisa gris, corbata escocesa) y resumía su biografía como un desertor escolar en secundaria, obrero de fábrica, editor cinematográfico, organizador sindical, vendedor de helados Good Humor, (primer) crítico de arte del *Village Voice* y, finalmente, el hombre de la Castelli que «puso en marcha el tren del pop». Karp se unió a De Antonio —otro heterosexual— en el nuevo círculo de la élite cultural de Warhol. «Andy y yo solíamos visitar juntos las exposiciones todo el tiempo durante su periodo formativo —recordaba—. Él siempre tenía un criterio muy propio sobre el arte, sobre lo que le gustaba. Dicen que nunca hablaba de arte, pero no

dejaba de hacerlo». A diferencia de Warhol, Karp profesaba un amor sincero y verdadero por la cultura popular —era un entendido en el mejor rock y en las peores películas de serie B— y, según el propio Warhol, era una de las pocas personas con un «estilo pop» genuino.

Karp fue el primer impulsor del arte plástico de nuestro artista, pues llevaba a infinidad de personas al estudio para que lo vieran y distribuía sus cuadros por las colecciones más atrevidas de la ciudad. Menos éxito tenía colocando las pinturas de Warhol a los marchantes, quienes accedían, a lo sumo, a guardarse un par de cuadros en la trastienda: su arte se les antojaba «grosero, escandaloso e interesado en lo comercial», como decía Karp.

El director de la Castelli puso en la órbita de Warhol una nueva figura que resultó ser más importante que cualquier coleccionista o marchante. Se trataba de Henry Geldzhaler, un amante del arte de nuevo cuño que se había granjeado de algún modo el poco glamuroso título de «comisario artístico» en el Met. Su cometido consistía en avivar ese «dinosaurio» (término del propio Geldzahler) con el nuevo fermento del mundo artístico neoyorquino. Se unió a De Antonio y a Karp como tercer mosquetero, con Warhol como su D'Artagnan.

Al igual que Karp, Geldzahler era judío, pero no de esos de Brooklyn que comían comida china el *sabbat*. En su familia eran ortodoxos y habían sido comerciantes de diamantes en Bélgica, y cuando Hitler se convirtió en una amenaza, transfirieron su negocio y su riqueza de Amberes a Nueva York. Geldzahler, un muchacho brillante con un amor «enfermizo» por los museos, la poesía y los espectáculos de Broadway, estudió en Yale y luego en Harvard, donde era «el más genial de una pandilla de gente genial». Al igual que Warhol, su primer héroe en el mundo artístico fue Ben Shahn, con la diferencia de que llegó a compartir habitación con el hijo de su ídolo. Tras decidir dejar su doctorado sobre Matisse en Harvard para sumergirse en el caos del arte contemporáneo, Geldzahler retiró el dinero de su *bar mitzvá* para comprar una de las nuevas abstracciones de Frank Stella.

Geldzahler, ingenuo pero «lleno de ánimo y energía», decidió asaltar la gran ciudad llamando a la puerta de Karp un verano en Provincetown. «Me dijo: “Ivan, estoy a punto de ir a Nueva York y quiero que me informes de todas las personas a las que debería presentarme, todas a las que debería conocer, todo lo que debería hacer, todo lo que debería decir, cómo hablar, cómo actuar, cómo vestir, cómo pensar, cómo conversar”. Así que le dediqué una sesión de treinta minutos».

Un año después, Geldzhaler se había mudado a Nueva York para trabajar en el Met, donde se presentó por primera vez el 15 de julio de 1960. Decía que había empezado en el «escalafón más bajo de la curaduría», pero lo cierto es que apenas lo pisó. Su independencia

económica le había permitido aceptar un salario de solo cinco mil dólares por ser los ojos y los oídos del museo en la nueva escena contemporánea, una descripción del empleo redactada por él mismo. «Pasé cinco o seis años asistiendo a *happenings*, visitando estudios, viendo películas y conociendo a los artistas y a los coleccionistas; aquello fue un entrenamiento». La revista *Life* lo describió como «el hombre más al tanto y más trotacalles en el mundo artístico». Rara vez se dejaba ver en el museo, lo cual exasperaba a algunos de sus colegas, y los administradores del centro estuvieron a punto de despedirlo cuando fue fotografiado navegando en un bote neumático para una *performance* de Claes Oldenburg. Estaba también el hecho de que el museo no tenía casi ningún producto visible de sus tareas, en términos de obras adquiridas o exposiciones montadas.

El pintor David Hockney recordaba a Geldzahler como totalmente engreído, en especial porque solo tenía veinticinco años cuando irrumpió en la escena. El comisario artístico parecía todavía más joven de lo que era, con el cuerpo tierno de un muchacho de doce años que odia la gimnasia y el cabello de un rubio color arena con un flequillo a lo Christopher Robin, ridículamente largo y femenino para un hombre de aquella época. «A Henry le encantaba el mundo físico, le encantaba la comida y el compañerismo, le encantaba su sexualidad y estaba inmensamente abierto a ella», decía Karp, aunque Geldzahler había confesado en cierta ocasión en su diario que su homosexualidad le repugnaba. De Antonio creía que los padres de este no habían «llegado a aceptar afectuosamente» a su hijo marica. «Cuando lo conocí, Henry se pasaba muchas noches en la calle Cuarenta y dos en busca de acomodadores de cine a los que llevarse a casa a cambio de amor, cigarros e historias pícaras […]. Era el ingenioso marica al que los padres y maridos ricos alentaban. El teléfono era su instrumento de poder. Susurraba chistes y chismes desagradables a las damas poderosas», un chismorreo que pronto se convirtió asimismo en el distintivo de Warhol.

El empleo de Geldzahler, si puede describirse como tal, en un principio implicaba perseguir a los jóvenes marchantes en sus rondas por la escena artística. Un día que acabó convirtiéndose en histórico siguió a Karp hasta la casa de Warhol, donde el artista estaba trabajando en sus primeras obras pop. «Entré al estudio, nos miramos y ambos empezamos a reír. En un estante detrás de él vi uno de los zapatos de Carmen Miranda que había comprado en una subasta, y estaba pintando en el suelo con el televisor encendido; estaba viendo la televisión y pintando. Yo pensé: “Esto es lo más moderno que he visto jamás” —recordaba Geldzahler—. Reconocí con cierta emoción que me hallaba en presencia de, en fin, digamos un genio, o alguien que personificaba aquella época».

Al día siguiente, Geldzhaler consolidó el vínculo entre los dos permitiendo que Warhol entrara en las bóvedas del Met para echar un vistazo de primera mano a las pinturas infantiles de Florine Stettheimer, una amiga de Marcel Duchamp durante los años veinte cuyo estilo se asemejaba mucho a las obras de Carol Blanchard (en las cuales sin duda influyó), la ilustradora favorita de Warhol. «Él estaba especialmente interesado en ciertos aspectos de la pintura naíf —decía Geldzahler, uno de los pocos observadores lo bastante agudo para reconocer esta faceta crucial de la estética de nuestro artista—. Empezamos a reír de nuevo y nos vimos a diario desde entonces». Aseguraba que sus días llegaron a comenzar y terminar con una larga llamada de Warhol, una afirmación hecha por tantos de sus seguidores que cuesta imaginar que le quedara tiempo para pintar.

Geldzahler gustaba de contar la historia de una frenética llamada telefónica que recibió en cierta ocasión de su amigo a las dos de la madrugada, rogándole que se reuniera con él en el sofisticado Brasserie del edificio Seagram, que Warhol había contribuido a decorar.

—Andy, es tarde —le dije—. Estoy en la cama, ¿no puedes esperar?

—No, es importante —insistió—, tenemos que hablar.

—Está bien, estaré allí en media hora.

Cuando llegué al restaurante, Andy estaba sentado en un cubículo, esperándome. Durante uno o dos minutos hubo silencio, mientras yo aguardaba a que abordase el asunto. Por fin le pregunté por qué me había sacado de la cama.

Andy dijo:

—Tenemos que hablar… dime algo.

En su primera visita al estudio de Warhol, Ivan Karp reconoció la audacia y la novedad de las nuevas obras. Asimismo, advirtió al artista que la mayor parte del mundo del arte estaría en su contra si seguía trabajando con «imágenes tan brutales». Luego lo animó a que hiciera sus cuadros lo más brutales posibles, según el recuerdo de Karp de una de las primeras discusiones que tuvieron sobre las nuevas obras pop:

WARHOL: ¿De veras te gustan?
KARP: Bueno, son asombrosas, pero unas me gustan más que otras.
WARHOL: ¿Cuáles?
KARP: Bueno, algunos de estos cuadros tienen goterones.
WARHOL: Bueno, eso es lo que hay que hacer; hay que dejarlos gotear.
KARP: ¿Y por qué tienes que dejar que goteen?
WARHOL: Bueno, eso significa que eres un artista, si dejas que caigan gotas. Y, por supuesto, estás rindiendo homenaje a Pollock y a todos los grandes goteadores.
KARP: No tienes por qué dejar que goteen, ¡quizá no tengas que dejarlas gotear en absoluto! Si vas a dedicarte a esta clase de imágenes simples, tal vez puedes limitarte a trabajarlas, por Dios.
WARHOL: Es maravilloso que digas eso, porque creo que yo no quiero dedicarme

al goteo.

Son varios los detalles extraños en esta escena, más allá del hecho de que Karp la narrara en una infinidad de versiones diferentes. Una de las más sorprendentes es que varias personas del nuevo círculo de amigos de Warhol declaraban haber tenido el mismo encuentro.

De Antonio en particular refiere una tarde especial de borrachera en la que Warhol invitó a Tina Fredericks y a él a unas copas. «Andy se había despojado de su aire desenfadado y tranquilo, y era evidente que esa noche era importante. Primero whisky y cotilleo, que era siempre escandaloso, grotesco y habitualmente cierto» y luego, decía De Antonio, una prueba, aunque es difícil saber si esta pretendía medir el arte de Warhol o la perspicacia de sus amigos. El anfitrión pidió a sus invitados que observaran dos pinturas casi idénticas de una botella de Coca-Cola, una con «almohadillas, símbolos del expresionismo abstracto», añadidas aquí y allá, como la describía De Antonio, y la otra solo hecha a grandes rasgos con trazos gruesos en blanco y negro. «Mira, Andy, una de estas es una mierda, poco más que un poquito de todo —fue la respuesta de De Antonio—. La otra es extraordinaria. Es nuestra sociedad, es quienes somos, es absolutamente hermosa y brutal. Y si quieres que te diga cuál es mejor, no cabe duda de que deberías destruir una y exponer la otra».

Si Warhol estaba poniendo a prueba a sus amigos mostrándoles las dos opciones de su arte, sus respuestas solo fueron correctas a medias. Acertaron al ver la opción «limpia» como la mejor, pero se equivocaron al ver la opción «sucia» como expresionismo abstracto; Warhol jamás había mostrado ningún interés en unirse a ese movimiento y, en cualquier caso, su infalible olfato para lo nuevo le había dicho que el expresionismo abstracto había pasado de moda.

«Todos sabemos que el expresionismo se ha trasladado a los arrabales», escribían Larry Rivers y Frank O'Hara, del grupo de la De Nagy, justo en el momento de la prueba de la Coca-Cola de Warhol. (Aunque todavía en 1963 una guía de Nueva York todavía describía el expresionismo abstracto como la cuestionable «moda del momento» y sugería que Ben Shahn podría ser una apuesta mejor para la posteridad). El propio Warhol supuestamente le habría contado a un viejo amigo que estaba iniciando el pop art «porque odio el expresionismo abstracto», y una década después bromeaba diciendo que ojalá fuese un expresionista abstracto, porque así produciría cuadros grandes con rapidez y una absurda facilidad. Cuando visitó la Cedar Tavern, el famoso cuartel general del expresionismo abstracto, Warhol llegó al extremo de intentar ligarse a un joven que estaba allí, una afrenta evidente a las tradiciones machistas de aquel bar. En cierta ocasión se quejó de que Willem de Kooning no podía ser tan

importante en realidad como se quería hacer creer porque «sus mujeres son muy similares a las mujeres de Picasso».

De hecho, las almohadillas, los goteos y las correcciones caprichosas en los primeros cuadros pop de Warhol eran azarosos, incontrolados y accidentales, justo lo contrario de la muy buscada y autoexpresiva creación de marcas de los maestros del expresionismo abstracto. Si las pinturas de este movimiento registraban supuestamente el apasionado «acontecimiento» de su creación, como dijo un célebre crítico, podría ser preferible describir los despreocupados revoltijos de Warhol como lo último en no-acontecimientos. Las raíces de estas obras no estaban en las marañas de pintura de Jackson Pollock, sino en las operaciones azarosas de John Cage, con algún añadido del clásico caos marginal. Los descuidados borrados en los textos de las pinturas de cómics de Warhol son detalles que recuerdan a los viejos letreros de las tiendas de pueblo; las «artísticas» salpicaduras de color en sus copias de anuncios son en realidad fieles reproducciones del papel de borrador pegado a los recortes de los que copiaba. El pop art de Warhol, decía un comisario artístico amigo suyo, tenía sus raíces en un grupo de artistas, compositores y coreógrafos que habían abrazado «los elementos aleatorios del azar que más se aproximan al caos que sienten en el mundo». Eso significa en realidad que lo más cercano a su pinturas «de goteos» eran las obras cageianas de sus nuevos héroes Jasper Johns y Robert Rauschenberg, ambos partidarios de superficies vibrantes, garabateadas y estratificadas similares a las de Warhol.

Uno de los más inteligentes amantes del arte sometidos a la prueba del goteo de Warhol identificó inmediatamente a Rauschenberg, y no el expresionismo abstracto, como la fuente de las caóticas botellas de Coca-Cola. El lienzo del pintor que Warhol había visto en el escaparate de Bonwit Teller en 1957 estaba repleto de gotas azarosas. En otras obras distintivas, las gotas de Rauschenberg chorreaban en realidad de las tiras cómicas superpuestas que prefiguraban el *Superman* y el *Popeye* de Warhol. Los dibujos de Johns que este había visto en la Castelli en 1958 estaban hasta los topes de las «almohadillas» distintivas del artista; lo que un estudioso ha descrito como «las metapinceladas de sus pastiches pseudogestuales de De Kooning y Pollock», una frase que podría aplicarse igual de bien a los desgarbados sombreados en los cuadros de botellas de Coca-Cola de nuestro artista.

Y lo que Warhol ya había comprendido —y que De Antonio y Karp estaban confirmando meramente— era que necesitaba ir más allá de todo eso. Cuentan que fue a ver un Rauschenberg al MoMA con un amigo: «¡Menuda mierda!», dijo Warhol, y luego admitió que debía pensar en algo muy diferente si quería superarlo. Ello implicaría abandonar sus goteos y tachones, que indicaban su deuda para con

Johns y Rauschenberg, los hombres a quienes más necesitaba vencer en la lotería del mundo del arte. Todavía en 1966 Warhol seguía siendo criticado severamente como nada más que un aspirante al primero de los dos.

Al comienzo de la década de los sesenta, Johns, solo dos años después de su primera exposición en solitario, ya estaba siendo señalado como un hito en el mapa de *Esquire* sobre lo que estaba más a la moda en Nueva York, al mismo nivel que el Café Nicholson, el lugar de reunión de Warhol desde hacía mucho tiempo. (Lo que debió de parecerle más doloroso es que Richard Avedon también figura en la lista de lo que estaba en boga, mientras que las pantallas de las lámparas de Tiffany aparecen como anticuadas). La prueba de una sintonía apoteósica con Rauschenberg llegó en marzo de 1962, con el primer número de ese año de *Art in America*, una impresionante publicación trimestral de tapa dura. Llevaba por título «Los nuevos talentos estadounidenses», y tanto la portada como la contraportada estaban dedicadas a una imagen encargada expresamente a Rauschenberg que incluía fragmentos de temas del pop (una señal de tráfico de «peligro al frente», una esfera de reloj comercial, signos de exclamación de un rojo intenso) casi perdidos en un maremágnum de las mismas almohadillas que Warhol había estado copiando. En el interior de la revista, sin embargo, aguardaba un regalo para nuestro artista: una de las páginas estaba ocupada casi en su mayor parte por una bonita reproducción a gran tamaño de uno de sus nuevos cuadros «publicitarios», en este caso la copia del anuncio de una contraventana, acompañada de los 12,88 dólares que costaba. Pero lo que esa reproducción estaba anunciando en realidad era al propio Warhol, como posiblemente el más reciente de los nuevos talentos que la revista estaba promocionando. Se trataba de la primera cobertura que recibía su pop art.

Casi todas las demás jóvenes promesas de la revista estaban trabajando todavía en los enmarañados estilos expresivos que habían sido habituales durante la mayor parte del decenio precedente. Incluso la portada de Rauschenberg, con su miscelánea tomada de aquí y de allá de la cultura popular, se antoja relativamente convencional comparada con la extraña y decidida apropiación por parte de Warhol de una única imagen, todavía enmarañada y chorreante en partes, pero claramente construida sobre una premisa radical.

La nueva maniobra de Warhol se ha descrito a menudo en términos de su nuevo tema, elevado a la categoría de las artes plásticas desde la ciénaga de la cultura popular, pero eso no hace justicia a su verdadero logro. Después de todo, en lo que atañe simplemente al tema, años antes de que decorase su escaparate de Gunther Jaeckel, el gusto de la alta cultura por lo «común» ya había comenzado a propagarse, como

varios críticos reconocían en los primeros tiempos del pop.

Ya en 1949, cuando Russell Lynes estaba describiendo una nueva élite forjada sobre la cultura, este amigo de Warhol había dicho que esos intelectuales probablemente fueran entendidos en cómics y, de hecho, un sinfín de artistas plásticos de los años cincuenta, entre los que figuraban Willem de Kooning, Ray Johnson, Robert Rauschenberg e incluso el compañero de piso de nuestro artista, Philip Pearlstein, habían incluido elementos de tiras cómicas en sus obras de arte. Warhol habría oído hablar de la influencia de los cómics en el arte elevado ya en 1946, en su manual universitario de historia del arte: «Las grandes cantidades de murales creados en Estados Unidos entre 1910 y 1935 […] muestran los esquemas de composición y de colores que podemos hallar en el arte popular de las tiras cómicas a color con las que han sido condicionados los niños estadounidenses durante los últimos cuarenta años».

Las imágenes de marcas habían sido un motivo igualmente popular para los artistas, desde las bujías Champion en los cuadros de los años treinta de Stuart Davis (sobre los que investigó un compañero de clase de Warhol) hasta las cajetillas de Lucky Strike en las obras de su amigo Ray Johnson o las pilas de logotipos en los trabajos más recientes de Rauschenberg. En la misma revista que calificaba a Warhol de «nuevo talento», el pintor y crítico Fairfield Porter —que había pintado recientemente su retrato de nuestro artista y Ted Carey — elogia a un futuro rival del susodicho llamado Alex Katz, describiendo cómo este «parte del cómic y la publicidad: humaniza la banalidad y halla arte en lo ordinario». Jane Freilicher, una colega de Porter en el grupo de la De Nagy, también había hecho una incursión reciente en los temas populares, pintando imágenes de Liz Taylor, Mike Todd y Marilyn Monroe, a los cuales también retrataría en su momento Warhol.

En 1957, un arquitecto británico de la alta sociedad que acababa de hacer un recorrido por Estados Unidos, declaró que una gramola era, «en su vulgar vitalidad, […] obra genuina del “pop art” de mediados de siglo» —un término que ya había sido acuñado por entonces en Inglaterra— y hablaba de la influencia de la cultura popular en la última hornada de artistas plásticos europeos antes de que cualquiera de ellos se hubiera declarado oficialmente pop. (Warhol podría haber percibido por primera vez el pop en una revista que incluía ese arte europeo, según un amigo suyo).

Un joven y excelente escritor neoyorquino del momento celebraba «un amor implacable por lo que es» diciendo que sus compatriotas «están hambrientos y desesperados por la comunicación directa acerca de la vida que todos estamos viviendo en común». En el mismo número de *Art in America* dedicado a los «nuevos talentos», en el que

figuraba Warhol, el joven pintor Peter Saul proclamaba su compromiso con «unas imágenes claramente relacionadas con la civilización estadounidense contemporánea» e incluía marcas y etiquetas de precios en su cuadro seleccionado por la revista.

El experimento pop de Warhol destacaba entre esos precedentes debido a su manera de desplegar las imágenes que había extraído de la vida cotidiana. En lugar de convertirlas en el tema de un arte que incluía otros elementos —los logotipos de marcas de Rauschenberg, por ejemplo, eran solo detalles alusivos en sus ilustraciones de Dante —, Warhol se proponía borrar la mayoría de las distinciones entre sus fuentes y sus obras acabadas. Eso es lo que pretendía en realidad cuando se deshizo de los pretenciosos revoltijos chorreantes inspirados en Johns y Rauschenberg. Todos ellos habían dejado que los dos ídolos de Warhol cedieran el control al azar, pero eso no resultaba apenas novedoso: se trataba de una maniobra que se remontaba a los experimentos dadaístas y surrealistas con la aleatoriedad. Las nuevas y limpias pinturas de Warhol también cedían el control, pero a otra fuerza mucho más radical y exterior a él que, al menos en el mundo del arte, rayaba en el tabú: el consumismo capitalista. Su colega Roy Lichtenstein recordaba cómo, en esos momentos iniciales del pop, su deseo de impresionar les llevó a abrazar ese tabú: «Era difícil conseguir un cuadro que fuese lo bastante despreciable para que nadie lo colgase; todo el mundo lo colgaba todo […]. Lo que todo el mundo odiaba era el arte comercial». Por tanto, hacia allí se habían dirigido Warhol y él, por supuesto. Aunque nuestro artista era en realidad un contemporáneo de Johns y Rauschenberg (el primero era, de hecho, más joven que él), su audaz innovación consiguió el extraordinario y muy warholiano efecto de hacerles pasar por sus «predecesores», un truco que ha quedado grabado en los libros de texto hasta la fecha.

Como tantos de sus éxitos, la entrada de Warhol en el mundo del arte serio, que no fue del todo directa, podría haberse obrado gracias a sus redes sociales. El editorial de apertura de ese número dedicado a los «nuevos talentos» lo había escrito el director de bellas artes del Tech, miembro del consejo de redacción de *Art in America* y que estaba lo suficientemente al día para mencionar en su ensayo tanto a Cage como a Rauschenberg, y quizá para haber reconocido y promocionado los talentos de los antiguos alumnos más exitosos de su escuela. Por otra parte, la sección de la revista en la que aparecía Warhol la había dirigido un coleccionista y antigua estrella de Hollywood próximo a Gian Carlo Menotti, el mecenas de los diseños de la opereta de nuestro artista que se había casado con una amiga de este llamada Ruth Ford. Esta era la hermana del escritor Charles Henri Ford, un gigante en los círculos homosexuales en los que se movía Warhol y la pareja de Pável Chelishchev, cuyas obras poseía este.

Por muy orquestada que pudiera haber estado, la designación de Warhol como un nuevo talento y el auténtico portento visible en sus obras lo habían situado en plena revolución artística que se estaba fraguando en esos precisos momentos. En diciembre de 1961, Claes Oldenburg, que era la otra única figura del pop incluida junto a Warhol como un nuevo talento (pero él en la sección de escultura de la revista), acababa de montar The Store, una instalación emblemática en la que vendía copias en cartón piedra de productos cotidianos. Warhol la vio y estaba tan muerto de envidia que no acudió a la cena de un amigo. Más tarde, en enero, Lichtenstein realizó su primera exposición individual en la galería Castelli, donde vendió todos y cada uno de sus cuadros de viñetas. Y luego, antes incluso de que esta hubiera cerrado, James Rosenquist inauguró su primera exposición en solitario en la galería Green, un nuevo espacio de vanguardia, en la que exhibía gigantescas pinturas basadas en los recortes de revistas que empapelaban las paredes de su loft, incluido uno de un anuncio de sopa Campbell's. Un amigo contó que Warhol «estaba tremendamente deprimido por todo lo que estaba sucediendo y que él no recibiese reconocimiento alguno», una situación remediada de golpe, si bien apenas a tiempo, por su aparición en *Art in America*.

La entrada decisiva de Warhol en el pop de los años sesenta llegó de la mano de un proyecto que había iniciado en los cincuenta, su «Libro de los pies». Continuaba solicitando sesiones de dibujo con toda clase de celebridades, semicelebridades y grandes desconocidos para que posaran descalzos. Una de esas personas era una marchante menor de la escena neoyorquina llamada Muriel Latow, que estaba intentando abrirse paso en el mundo del arte en paralelo a Warhol. Era una decoradora extravagante, tres años más joven que nuestro artista, y confiaba en llegar a ser una seria marchante de arte con una galería que nunca acabó de despegar. En sus dos años de existencia, sus exposiciones de expresionistas abstractos menores recibieron poco más que duras críticas en *The New York Times*, a excepción de una sagaz exposición de cuadros de la célebre marchante Betty Parsons, cuyos pies llegaría a dibujar Warhol. Los pies le acercaron asimismo a Latow; la dibujó con las piernas entrelazadas con las de su amante, un apuesto artista que era el amor no correspondido de Warhol del momento: «Mientras nos dibujaba, sus ojos estaban llorosos y su cara sonrojada», recordaba ella. Latow aparece en alguna ocasión en la agenda de Warhol de 1961 (visitaron el MoMA con motivo de una exposición de Max Ernst), pero no existe ningún indicio de que mostrara interés alguno en los nuevos cuadros del artista ni de que él la considerara una comerciante prometedora para ellos.

No obstante, Latow ha pasado a la historia como la musa más importante del pop art, si bien accidental. Tal como se cuenta lo sucedido —al menos en una de sus numerosas versiones, en su mayoría incompatibles entre sí—, ella y Ted Carey, amigo en común, acudieron a la casa de Warhol en el otoño de 1961 para consolarlo por haber sido aventajado por Oldenburg, Lichtenstein y otras jóvenes promesas del pop. «Es demasiado tarde para las pinturas de dibujos animados —se cree que dijo Warhol—. He de hacer algo que tenga mucho impacto de verdad, que sea lo bastante diferente de Lichtenstein y Rosenquist, que sea muy personal, que no parezca que esté haciendo exactamente lo mismo que ellos». Pidió ideas a sus invitados y Latow le propuso una, pero no se la comunicó hasta que Warhol le entregó un cheque de cincuenta dólares. «Tienes que encontrar algo que resulte reconocible a casi todo el mundo —dijo—. Algo que veas a diario y que todos reconocerían. Algo como una lata de sopa Campbell's». Al día siguiente, Warhol —o su madre, en otra de las versiones— bajó corriendo al supermercado Finast de enfrente y compró todas las sopas Campbell's que había, un inventario que más tarde habría cotejado con una lista obtenida del fabricante para asegurarse de que estuviese completo.

La anécdota parece tan apócrifa como la mayoría de las demás sobre los orígenes relacionados con Warhol, excepto que el cheque auténtico que extendió a Latow por lo visto se ha conservado.

En el transcurso de las décadas, el propio Warhol adornó y oscureció la génesis de sus pinturas distintivas de Campbell's, que su amigo Geldzahler elogió en cierta ocasión como «el *Desnudo bajando una escalera* del movimiento pop». Warhol aseguraba que, cuando era niño, su madre le había servido sopa enlatada a diario —una extravagancia inverosímil para una parca cocinera de sopa como ella, y en una época en la que esas marcas iban dirigidas todavía a las élites — y que aquello lo había llevado a amar de por vida el producto de Campbell's o, como insistía con la misma vehemencia, a odiarlo por completo. Nathan Gluck decía que las anécdotas de que Julia Warhola servía sopa enlatada eran «ridículas», porque de hecho siempre cocinaba su propia sopa para las comidas en el estudio, y no de tomate, sino de champiñones o de patata. La sopa aparece como un plato real en la vida de Warhol una docena de años después del episodio de Latow, cuando él cocina una versión con tomate fresco partiendo de cero, lo cual suena al repudio de Campbell's por parte de una persona sofisticada. Incluso cuando se trataba de sopa enlatada, contaba que su favorita era la de esotérico sabor de tortuga falsa, «pero debía de ser el único que la compraba, ya que dejaron de fabricarla». Y hacia el final de su vida atribuyó una vez más a su madre la inspiración de sus latas, pero en esta ocasión sin mención

alguna de la sopa. En lugar de ello citó las flores que Julia hacía con los envases vacíos de melocotón, que vendía puerta a puerta durante la Gran Depresión, una idea interesante aunque solo sea porque existe un cuadro de una lata de melocotones Del Monte que parece preceder a las más célebres imágenes de Campbell's de Warhol.

La clave para comprender la importancia de los productos Campbell's para nuestro artista puede radicar menos en la biografía que en la ubicuidad: la idea de Latow de «algo que resulte reconocible a casi todo el mundo». Las sopas podrían haber reemplazado a los melocotones en el arte y la reputación de Warhol porque eran más conocidas, no porque significaran algo más para él. En una película de suspense de Hollywood de 1957, un hombre le cuenta a la mujer con la que está cenando que es artista, y ella le pregunta: «¿Latas de sopa o puestas de sol?», refiriéndose claramente con «latas de sopa» a todo el arte comercial. «Latas de sopa, pasta de dientes, automóviles», responde él. Aproximadamente un año antes de las primeras obras dedicadas por Warhol a la sopa, el editor Bennett Cerf, que tiempo después publicaría un libro de nuestro artista sobre el pop, escribió una cómica columna de prensa preguntando: «¿Cuál es la bebida favorita de la nación? ¿La cerveza?, ¿el licor de maíz?, ¿los refrescos? No, señor, es la sopa […]. En 1959 las amas de casa estadounidenses compraron más de diez mil millones de tazones de sopa». El estudioso Anthony Grudin ha mostrado cómo justamente por entonces las marcas famosas como Campbell's estaban siendo redirigidas desde la élite hacia el proletariado: «Hoy en día, las familias de clase trabajadora aspiran a alcanzar el sueño americano […]. Desean “todas las cosas buenas de la vida” que jamás pudieron proporcionarles sus padres, sacudidos por la Gran Depresión», decía un estudio sobre la publicidad de marca de ese periodo.

Si Warhol quería un producto «reconocible» de la cultura certificablemente popular para convertirlo en arte elegante, parecía probable que la sopa Campbell's venciera incluso a Superman y a Popeye, y le permitiera salir de la sombra de Lichtenstein. Como ha señalado Grudin, el hecho de ser el pintor de Campbell's permitió a Warhol conectar con la clase trabajadora, tanto él mismo como su arte. Aquello encajaba con el personaje del hombre corriente que en realidad Andy Paperbag nunca dejó de lado, ni siquiera cuando apelaba al estrato más alto del país y se codeaba con él. Asimismo, comunicaba las simpatías izquierdistas que Warhol siempre profesó, y que eran de rigor entre los pensadores más serios de su generación.

La lata de Campbell's tenía otra virtud para Warhol en ese momento concreto: encajaba perfectamente con los gustos nostálgicos de lo *camp*, la estética de los cincuenta de la que todavía no se había despojado. Ni la marca de sopas, lanzada en 1898, ni el precio

concordaban con los gustos nostálgicos de lo *camp*, pues no habían cambiado apenas en los cincuenta años anteriores al nacimiento del pop de Warhol. Eso situaba esas latas de sopa bajo el mismo paraguas que sus botellas de Coca-Cola, cuyo diseño databa de 1915, que sus billetes de dólar, con su aspecto igualmente *vintage*, y que la bañera con patas y el teléfono de tipo candelabro que había estado pintando ese mismo año. El comisario artístico homosexual Mario Amaya decía que «los maricas del East Side» —es decir, la pandilla del Serendipity — interpretaron al instante las latas como una broma *camp*. De hecho, Warhol dibujó los pies descalzos de uno de esos «maricas» empujando una lata de sopa Campbell's en la que solo quedaban visibles las letras C, A, M y P.

Hay una última lectura de las latas, que surge con el propio Warhol. Poco después de que las *Sopas Campbell's* se hubieran vuelto virales, supuestamente se las explicó a un viejo amigo como «la síntesis de la nada». Es probable que esa versión gnómica no tenga nada que ver con la duda existencialista de la era atómica que trae a la mente. Lo más seguro es que la «nada» de Warhol se aproxime más precisamente a lo contrario de ese «barullo» del expresionismo abstracto, como lo llamaba Frank Stella. En realidad, nuestro artista las había ofrecido como lo que otro amigo denominaba «la respuesta dadaísta»: las sopas tenían que interpretarse como un puro y tonto gesto duchampiano, una mera «nada», elegidas casi al azar —porque estaban ahí, lo primero que tenía a mano—, más que por cualquier cosa que pudieran representar.

Muchas décadas después, nos resulta difícil reconocer que el hecho de conseguir algo simple —cualquier clase de representación, independientemente del contenido— era el gran desafío al que se enfrentaban los artistas ambiciosos de la época en la que surgió Warhol. Uno de sus más astutos defensores decía que la primera vez que vio las pinturas pop del artista estaba todavía tan inmerso en la abstracción que solo podía verlas en términos de sus «arreglos formales»; continuaba estando muy ciego incluso a la idea de la representación. Puede que el amigo de Warhol Larry Rivers hubiera pintado cuadros que fueran grandes hitos en el camino de regreso hacia la figuración, pero ni siquiera él logró dejar de presentarlos sobre todo como abstracciones: «Solo para los primitivos y los semánticamente desinformados puede el entusiasmo por el tema constituir la inspiración para pintar». En palabras de Henry Geldzahler, la pregunta a la que todos se enfrentaban era: «¿Cómo volver a introducir en el arte algún tema reconocible tras un periodo de abstracción tremendamente convincente?».

Los espectadores más sofisticados que tenían problemas con el pop art en el momento de su aparición, y entre los que se contaban

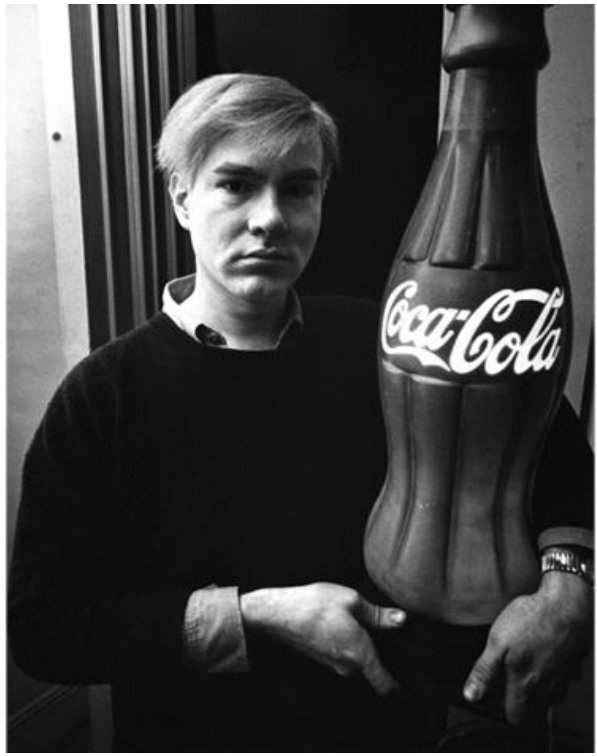
algunos aficionados posteriores, cuestionaban su carácter temático más que sus temas particulares. Como decía uno de ellos: «Es en el pop art de mala calidad donde vemos temas como [...] la sopa Campbell's representada de una manera pictórica o ilustrativa», esto es, representada sin rastro de la inventiva formal, de la «transformación», que siempre había hecho que una imagen se considerase arte y que podría estar cerca de justificar el de un Oldenburg o de un Lichtenstein. Incluso el brillante pensador Leo Steinberg decía que no podía afirmar con seguridad si el pop art era arte en absoluto, toda vez que la mera intensidad de su compromiso con el tema le cegaba ante «cualesquiera cualidades pictóricas pudieran existir». Eran las «cualidades pictóricas», y no el tema, las que hacían que el arte contase como arte en ese momento posterior al expresionismo abstracto. Todavía en 1969, cuando Warhol era una auténtica estrella del arte desde hacía años, un crítico podía seguir preocupándose por el hecho de que «sus pinturas y serigrafías han sido casi invariablemente reproducciones de cosas hechas por otras personas [...]. Su función principal parece consistir meramente en elegir los temas».

Casi era posible repensar las viñetas de un cómic como atractivos cuadros —al fin y a la postre, poseían su propio estilo llamativo—, y lo mismo podía hacerse con un anuncio de periódico o con una botella de Coca-Cola, siempre y cuando estos hubieran sido transformados mediante goteos, garabatos y borraduras. Sin embargo, la pura mercadotecnia de supermercado, donde lo único que importaba era presentar un producto para que los compradores lo cargaran en sus carros, era lo menos ingenioso del mundo. Así pues, Warhol se propuso, como es natural, captar justamente eso en sus cuadros, como el perfecto ejemplo del carácter temático sin diluir.

En la carrera comercial de nuestro artista, la mera capacidad de la fotografía de presentarnos los objetos —el Escarabajo de Volkswagen sobre un fondo blanco— había condenado al fracaso sus estilosas ilustraciones dibujadas a mano. Así pues, Warhol, siempre dispuesto a luchar con las mismas armas, cogió el carácter directo de la fotografía y lo convirtió en arte plástico. Pidió a Ed Wallowitch, su ex y todavía un buen amigo, que le consiguiera fotos de latas de sopa en todos los estados: prístinas y aplastadas, cerradas y abiertas, solas y apiladas. Y entonces, durante más o menos el año siguiente, la habitación delantera de la planta superior de su casa lo vio pintar a mano meticulosamente esos productos sobre lienzos de todos los tamaños. Su objetivo era hacer que sus cuadros de sopa parecieran tan claros y directos como fuera posible, como si las latas hubieran saltado de golpe desde la estantería del supermercado, la encimera de la cocina o la basura hasta sus lienzos. Pero en realidad tuvo que idear toda

suerte de técnicas para lograr ese efecto, recortando estarcidos para reproducir con precisión las etiquetas de sus productos y mezclando pinturas al óleo y al agua a fin de captar a la perfección el aspecto moteado de la hojalata deslustrada. Esa mezcla le permitió reemplazar los azarosos y artísticos revoltijos del expresionismo abstracto por revoltijos presentes ya en el material de las latas de sopa, y representados luego por Warhol con inmaculado esmero. La mera perfección de su metal deslustrado muestra en realidad al artista, tan atareado fingiendo cortar todos los vínculos con la artesanía y la tradición, convirtiéndose en el último de un antiguo linaje de pintores de trampantojo, el más obsesionado con la artesanía y el más conservador de todos los pintores occidentales.

No obstante, cuando Warhol le habló a una de sus «madres» de la universidad acerca de sus nuevos cuadros de Campbell's, se quedó consternada por el desperdicio de los talentos que este había adquirido en la escuela de arte: «Parecían la declaración más vacua que cupiera hacer con respecto a la pintura», decía, haciéndose eco de los sentimientos de sus otros amigos de los años cincuenta. Sin embargo, Warhol no se desanimó: «¡Oh, es lo último, lo último! —le aseguró—. Solo tienes que coger algo muy corriente y ese va a ser el producto final, y va a despegar como un cohete».



Con una pieza de coleccionista camp.

14
1961–1962

CULTURA JUVENIL | FALSA INOCENCIA | LA RECEPCIÓN CRÍTICA DEL POP

«Una especie de quinceañero aparentemente ingenuo que mascaba chicle, adicto a las formas más bajas de la cultura popular».

Poesía en movimiento
que ni la ola del mar
ni la caricia del viento
lograrían imitar.
De su suave balanceo
ni un ápice cambiaría.
¿Qué cabría mejorar
en tan bella melodía?[7]

Estos eran los bellos versos que, en la voz del roquero Johnny Tillotson, un visitante temprano escuchó en casa de Warhol, quien había hecho instalar un equipo de música personalizado. Tenía un tocadiscos que reproducía el mismo sencillo en bucle y unos lujosos altavoces que retumbaban con las notas graves. «El disco no encajaba con las sofisticadísimas pinturas —decía el crítico Gene Swenson, a quien acababan de preguntarle su opinión sobre los goteos de Warhol —. Le pedí que lo apagase y él dijo, con esa vocecilla suya: "Oh, de acuerdo" […]. Cuando lo conocí mejor, yo escuchaba con más atención».

Ivan Karp recordaba una canción igualmente empalagosa que sonaba «noventa veces a un volumen increíble, por lo que estar allí resultaba una experiencia difícil», si bien es posible que no tanto como vislumbrar el arte más reciente de Warhol. Mantenía su salón-estudio casi a oscuras —las contraventanas de madera casi siempre estaban cerradas— y hacía que hasta el más arrogante de los coleccionistas le imitase llevando pequeñas máscaras de carnaval que no debían de favorecer mucho la visión. Excepcionalmente, el marchante Leo Castelli escapó sin una máscara la primera vez que Karp lo llevó al estudio, pero la teatralidad del lugar seguía antojándosele excesiva. En una instantánea Polaroid de la casa de Warhol, Karp parece sentirse

vagamente como en casa, en tanto que a Castelli se le ve algo incomodado. El marchante compró un par de cuadros de *Latas de sopa*, pero no se atrevió a incluir a su extraño autor en la lista de su galería. Según Karp, Castelli justificaba esa decisión, incluso ante sí mismo, diciendo que el arte de Warhol era demasiado próximo al de Roy Lichtenstein, a quien ya estaba representando, pero el auténtico problema era «básicamente el carácter de Warhol y toda aquella escena, que le resultaba tan estrafalaria».

Warhol pasa por ser uno de nuestros más temibles excéntricos, pero durante los años cincuenta todavía iba con su corte de pelo pixie y destacaba entre la multitud simulando pasar inadvertido. Podía haber sido testigo de la bohemia del Greenwich Village y haberla admirado, pero había permanecido básicamente al margen de ella como un visitante de la parte alta. Warhol solo proporcionó a su personaje artístico una idiosincrasia más agresiva en la misma etapa de los años sesenta en la que se comprometió con la agresión y la idiosincrasia en su arte. Sus pinturas se habían vuelto tan peculiares que ni siquiera los más sofisticados espectadores eran apenas capaces de distinguir los cómics de Warhol de la utilería de un escaparate, ni sus latas de sopa de un anuncio de sopa: «El cuadro parece tan desechable como el original que toma como modelo; algo para ser descartado o la publicidad más barata, sin ningún valor más allá del mensaje para vender». Había dudas sobre si las obras de Warhol podían considerarse siquiera arte. A fin de luchar contra esa confusión, necesitaba dejar claro que sus ambiguos objetos habían sido puestos en esta tierra por alguien que era en todos los sentidos el artista y que representaba el papel con garbo. Cuando Duchamp lanzó su urinario en Estados Unidos, ya era el pintor moderno más famoso del país; podía hacer jugar con suministros de fontanería y confiar en que se entendiesen como artificios artísticos. En la primavera de 1962, a Warhol le faltaban todavía un par de años para gozar de ese lujo. Estaba aún en las primeras fases del cultivo de «la sutil publicidad del mito, la leyenda que el artista crea en torno a su obra», considerada vital para el éxito en un artículo de esa época sobre el auge artístico de finales de los cincuenta.

«Su metamorfosis en un personaje pop era calculada y deliberada —escribió su amigo el crítico de arte David Bourdon—. Dejó atrás la afectación y evolucionó poco a poco, pasando de ser un individuo sofisticado, que conservaba las suscripciones a la Metropolitan Opera —Bourdon había conocido a Warhol en esa encarnación—, a ser una especie de quinceañero aparentemente ingenuo que mascaba chicle, adicto a las formas más bajas de la cultura popular». Las ilustraciones de nuestro artista en los años cincuenta tenían un carácter infantil, como gustaban de mencionar sus admiradores.

A principios de los años sesenta, conforme el arte se volvía más adulto y desafiante, su personaje se tornaba cada vez más juvenil. Un prominente crítico de arte que trataba de comprender las complejidades del pop art destacaba, no obstante, en Warhol «un semblante descarado, encantador e inocente que uno espera ver embadurnado de mermelada tras comerse el sándwich después de clase». Cuando la revista *Time* decidió por fin que necesitaba dedicar un número al nuevo adolescente estadounidense (no tan nuevo para cuando la publicación se animó a tratar el tema), Warhol era el mejor artista para retratar a esos adolescentes en la portada.

Pese a su aparente despreocupación, la pose ingenua que nuestro artista adoptó a comienzos de los años sesenta representaba en realidad lo último en los gestos vanguardistas: la polémica como modo de vida frente a la solemne seriedad de las generaciones precedentes de artistas estadounidenses. Según Ivan Karp, Warhol llegó a admirar el rocanrol por el carácter radicalmente directo de la música: «Era bueno; era naíf, estaba lleno de espíritu y tenía un ritmo intenso […]. No implicaba ninguna compleja sabiduría mundana. Era tan solo música buena y sencilla».

Ben Shahn, héroe universitario de Warhol pero ahora obviamente anticuado, había comenzado a vituperar una «inculta escuela de estética» que promocionaba la «ignorancia y la inestabilidad» como el estado natural del artista. Ese era el nuevo zapato de moda que se adaptaba a Warhol, quien hizo todo cuanto pudo para calzarlo.

La juvenilización de Warhol no sucedió de la noche a la mañana, sino que él fue metiéndose poco a poco en su nueva piel. En ese reportaje de revista que lo declaraba un nuevo talento, hizo una breve afirmación que parece la sobria guía de una persona sofisticada para comprender su arte. Comienza con una vacuna contra las acusaciones de traición cultural: «Yo adoro Norteamérica». Y acto seguido explica, en un tono más crítico, que su cuadro de la contraventana «es una afirmación de los símbolos de los productos duros e impersonales y de los ostentosos objetos materialistas sobre los que están construidos los Estados Unidos actuales. Es una proyección de todo aquello que puede comprarse y venderse, los símbolos prácticos pero efímeros que nos sustentan». Pero esa prosa madura no le impidió quitarse tres años en la biografía que la acompañaba ni mentir al afirmar que había sido autodidacta.

A los pocos meses, en la primera visita de Bourdon a la casa de Lexington Avenue, Warhol se había descontado otros cinco años, intentando hacerse pasar por un muchacho inmaduro de veinticinco años. (El crítico no se lo creyó). Esa misma primavera, un artista amigo de Warhol lo recordaba estarciendo una lata de sopa tras otra «en una especie de frenesí autista […] mientras no cesaba de sonar la

música de The Shirelles». El furor creativo de un Jackson Pollock se había puesto al día para una nueva era de cultura juvenil.

David y Sarah Dalton, dos hermanos de la clase alta británica, rejuvenecieron más aún a Warhol: David no llegaba a los veinte años y Sarah solo tenía quince cuando empezaron a frecuentar la casa de nuestro artista, comenzando en el invierno y luego en la primavera de 1962. Desde entonces, Warhol se sentiría atraído por los elegantes británicos.

Los dos hermanos, estudiantes de colegio privado, habían empezado a visitar con asiduidad la galería Castelli y, una vez que Ivan Karp decidió enseñarles el «Nueva York real», Warhol se convirtió en parte de la ecuación. Podían contar con los hermanos después del colegio y los fines de semana, cuando Gluck se había ido a casa y la vida de artista plástico de Warhol tomaba el relevo. Se conservan instantáneas Polaroid de Sarah en biquini por la casa —tal vez estaba posando como modelo para una ilustración—, mientras se convertía progresivamente en una especie de «mascota» para Warhol, como ella decía, o tal vez en una amiga cuya edad cronológica encajaba con la adolescencia a la que él aspiraba.

«Andy necesita encontrar una buena chica como tú y casarse», dijo Julia Warhola un día que estuvo observándoles. (Una frase que repetiría con todas las amigas de su hijo). Sarah Dalton fue la primera de una serie de niños y adolescentes —especialmente chicas— con quienes Warhol entablaría amistad a lo largo de los años, y que se sentían sinceramente queridos por él. En 1961, incluso su hábito de mascar chicle podría haber sido una nueva pose, pero reflejaba un interés genuino y de por vida por la cosmovisión y la cultura de los auténticos chulitos siempre con el chicle en la boca.

Esa cultura, aparentemente poco seria y superficial, estaba llegando justo entonces a la vanguardia como una fuente de ideas creativas graves y profundas. Incluso el cerebral John Cage admitía que el nuevo arte postabstracto de Rauschenberg y su pandilla le estaba ayudando a abrirse a «la televisión, la radio y la música ambiental […]. Anteriormente, eran para mí una fuente de irritación. Ahora son tan bulliciosas como siempre, pero yo he cambiado. Voy siendo cada vez más consciente de que tengo oídos y puedo oír».

A Karp en particular le encantaba el nuevo rocanrol y recordaba haber llevado a todo el grupo pop, incluidos Lichtenstein y Bourdon, en los primeros años de la década de los sesenta al teatro Fox de Brooklyn para que aprendieran a apreciarlo. «Andy se enteró de que todos estaban ahí y preguntó: "¿Cómo se llega allí, dónde está y qué está pasando ahí?" —recordaba Karp—. Y nos sentamos allí entre el público durante dos sesiones, esperando para ver a las mismas personas una y otra vez. Fue muy emocionante para nosotros».

Los compañeros de Warhol advertían que jamás llegó a ser un fan de la música pop por sí misma. A lo sumo le agradaba por «su tremenda fuerza y convicción», según Karp.

«No me gusta escuchar música […]. No soporto que los chicos la pongan en el trabajo», diría más tarde Warhol. Pero estaba dispuesto a considerar las canciones pop como accesorios necesarios en la construcción de su personaje. Para una foto temprana, incluso posó con uno de los nuevos transistores pegado a la oreja. La música pop podría haberle servido asimismo de inspiración artística más directa; las letras de algunos de los sencillos que sabemos que Warhol ponía, como «Sally Go 'Round the Roses», se repiten interminablemente a la manera de sus serigrafías pop. En una carta temprana que describe una visita para ver el trabajo de Warhol, su inteligente amigo Ray Johnson llena una página y media repitiendo tan solo la frase «veíamos sus cuadros recientes de Liz Taylor mientras escuchábamos "That Little Town Flirt"».

La música popular también podría funcionar, en términos casi cageanos, como un tema para el análisis estético. Cuando un invitado en la casa preguntaba por qué tenían que escuchar el mismo sencillo tantas veces seguidas, Warhol explicaba que el cantante debía de haberlo ensayado y grabado una vez tras otra, y decía: «Yo quiero sufrir de veras con él y comprenderla realmente ». Esto se acerca más al pensamiento de un psicólogo que de un fan; anticipa asimismo la clase de «sufrimiento» que Warhol impondría a sus espectadores con las interminables repeticiones en sus cuadros y en sus películas. Cuando un adinerado coleccionista le hizo una visita, nuestro artista estaba escuchando rock y a Bach a todo volumen al mismo tiempo, en una cacofonía digna de lo último en música experimental.

Sus amigos decían que, en privado, interrumpía a voluntad su absurda rutina adolescente. Un conocido con contactos en Pittsburgh aseguraba que, cuando se topó con Warhol en una fiesta a finales de los sesenta, «charlamos con normalidad. Nunca me hablaba con esa voz tenue, nunca decía: "Oh, no sé" […]. Conocíamos a la misma gente en Pittsburgh y habría sonado demasiado falso. Él lo sabía».

Los marchantes de Los Ángeles Irving Blum y Walter Hopps, que propusieron a Warhol su primera exposición en solitario de pop art, recordaban haber mantenido conversaciones perfectamente normales, incluso «instructivas», acerca del arte y el mundo artístico en sus primeras visitas a la casa a finales de 1961. Warhol, decía Blum, estaba «realmente interesado en el mundo del arte, y era un conversador brillante y maravilloso de verdad, mucho más revelador de lo que lo sería más adelante. Decía lo que pensaba sobre las cosas […]. Sabía con exactitud quiénes eran sus interlocutores». Y también recordaba que esas conversaciones fueron desapareciendo del

repertorio de Warhol con el paso del tiempo; nuestro artista estaba empezando a presentarse cada vez más como una curiosa mezcla de esfinge e idiota, pasivo casi hasta el extremo de la catatonia. Un conocido contaba que Warhol desarrolló un susurro distintivo que sonaba «como si alguien acabara de darte un puñetazo en el estómago», y también que esa sibilancia terminó propagándose como una infección a los más jóvenes del ambiente. En los primeros días del pop de Warhol, aún tenía que adoptar su uniforme de tipo moderno con gafas de sol Ray-Ban; tardaría todavía unos cuantos años en sustituir los chinos y el tweed por su famosa chaqueta de cuero. Pero la rareza se hallaba a la orden del día y el estilo *camp* desenfadado estaba en vías de desaparición: una transformación personal radical que era tan importante para la vida y la carrera de Warhol como la transformación que se estaba obrando en su arte.

La revista *Time* presentó el primer retrato público de Warhol tal como hemos llegado a conocerlo, en el momento justo en que el pop art estaba comenzando a causar una sensación mediática a gran escala:

> Andy Warhol, treinta y un años, el mejor ejemplo de lo que cabría esperar de un artista pop. En su estudio, una única canción pop a todo volumen y en bucle suena a través de su fonógrafo. Revistas de cine, álbumes de Elvis Presley, copias de pósteres y álbumes de estrellas adolescentes llenan el lugar. Warhol es conocido por sus reproducciones literales de latas de sopa […]. Aunque el resultado pueda ser insoportablemente monótono, la repetición en apariencia sin sentido produce el efecto tintineante del balbuceo silábico de un niño pequeño; no dadá sino dadadadadadadadada. A su manera, Warhol es quizá el hijo más auténtico de la era de la automatización. «Las pinturas son demasiado difíciles —dice—. Las cosas que quiero mostrar son mecánicas. Las máquinas tienen menos problemas. Me gustaría ser una máquina, ¿a ustedes no?».

«Cabría esperar» son las palabras clave aquí. Warhol sabía qué clase de artista necesitaba su público. Y él cumplía esas expectativas. «El carácter inexpresivo, dulce e ignorante de la personalidad de Warhol forma un todo con sus pinturas —escribió Henry Geldzahler por esa misma época—. Él hace el tonto como lo hacen sus cuadros, pero ninguno de ellos nos engaña». En realidad, excepto los observadores más sagaces, todos se dejaban llevar por los juegos de Warhol y su arte; a muchos les sigue ocurriendo. Incluso el crítico John Coplans, un notable admirador de nuestro artista, continuaba describiéndolo en 1970 como el único maestro del pop que había comenzado sin ninguna formación en bellas artes, mientras que Warhol había recibido una instrucción tan buena como cualquiera de ellos; se lanzó al pop art con una lista de exposiciones y reseñas más larga que la de muchos de sus rivales.

Fue preciso otro artista pop para ver a través de la cortina de humo

de Warhol. «Andy sigue diciendo que él es una máquina —decía Claes Oldenburg— y, sin embargo, al mirarlo puedo decir que nunca he visto a nadie menos parecido a una máquina en toda mi vida».

Al hacerse el tonto Warhol estaba, como de costumbre, subiéndose a la ola de sus tiempos. El expresionismo abstracto había cultivado una sensación de imponente seriedad y ombliguismo existencialista pero, al cabo de una década, la gente estaba cansada de todo aquello. «Los entusiasmos de los expresionistas abstractos empiezan ya a antojarse excesivos», escribió Geldzahler, el amigo de Warhol. Una vez que triunfó el movimiento pop, «el arte dejó de ser tan intelectual, tan introspectivo», decía Emily Tremaine, una de las primeras coleccionistas que pasó del expresionismo abstracto al pop. Incluso Roy Lichtenstein, el más sobrio y contemplativo del nuevo grupo, se sintió obligado a declararse «antiexperimental, anticontemplativo, antimatices… anti todas esas ideas brillantes de los movimientos precedentes».

Todavía en 1969, un estudioso que argüía en favor de lo más sofisticado del arte reciente —el silencio podía considerarse una composición; una superficie totalmente blanca, un cuadro; una toma de ocho horas, una película— escribió que todo ello ocultaba una «encantadora pretensión de idiotez». El «idiota» de Warhol estaba reflejando la fachada de semejante arte; incluso acompañó el artículo de ese estudioso con ilustraciones realizadas en su estilo más falsamente naíf de los años cincuenta, quizá por última vez. Tremaine aseguraba haber considerado a Warhol como un verdadero inocente al principio —un Douanier Rousseau moderno, como ella decía—, pero finalmente acabó considerándolo «el más complejo de todos».

Incluso cuando el nuevo arte pudiera ser abierto en su sofisticación, podría exigir un mutismo pertinaz por parte de su creador. En las célebres palabras de Frank Stella: «Lo que ves es lo que ves»; su arte hablaba visualmente por sí mismo y no necesitaba su ayuda ni sus inteligentes palabras. Tal era desde hacía ya algún tiempo la posición vanguardista en literatura. Los llamados nuevos críticos condenaban las explicaciones basadas en la biografía o en las intenciones del creador, e insistían en que el autor se hiciese a un lado a fin de que, en su lugar, el texto y sus lectores pudieran hacerse cargo del significado. Esa idea prendió asimismo en el arte, llevando a Rauschenberg a afirmar que «el significado pertenece a la gente» y, respecto a sus pinturas tempranas totalmente blancas, que «es del todo irrelevante que las esté haciendo yo; el hoy es su creador».

Fue fiel a su palabra: dio instrucciones para que, cuando sus lienzos blancos empezaran a ensuciarse, cualquiera pudiera encargarse de

repintarlos. Esa era la idea en contra de la autoría que Warhol pregonaba en los años sesenta, cuando declaraba (o mentía) que sus lienzos podían ser serigrafiados por cualquiera de sus seguidores con la misma facilidad, y que con frecuencia lo eran. El éxito logrado por Warhol como imitador de Ben Shahn quizá le hizo dudar de entrada de que los artistas fuesen los «dueños» de su arte; esas dudas se convirtieron en dogma una vez que despegó su carrera pop.

«El arte de Warhol no fluye de su personalidad ni tiene nada que ver con su carácter —escribió un crítico temprano—. Él considera que el artista como personalidad está en quiebra […]. Para Warhol, el individualismo, la más sagrada de nuestras vacas sagradas, carece de interés. No firma sus obras, permite que sus amigos le ayuden a producir cuadros, y la artesanía le importa un comino». El propio Geldzahler opinaba que «la fascinación de la personalidad como algo que puede expresarse y controlarse centímetro a centímetro a través del lienzo —la opción del expresionismo abstracto— se antoja un exceso de actividad en la tendencia estilística actual». El comisario de arte no tardaría mucho en atacar específicamente a cualquiera que preguntara acerca de las intenciones de Warhol al hacer su arte: «Lo que nos interesa de verdad son los resultados». El pop art estaba posicionado a la perfección para resistirse a la búsqueda de la intención, toda vez que podía parecer de igual modo que no tenía autor: sencillamente un montón de objetos e imágenes transferidos desde la cultura popular, a lo sumo con un simple «mirad esto» por parte de los artistas que efectuaban la transferencia.

Un editor de revista describió en cierta ocasión las fascinantes conversaciones que había mantenido en persona con Warhol acerca de su arte y el elocuente discurso de este al respecto. Asimismo, describía cómo nuestro artista, en su personaje público, estaba resuelto a «no explicar lo que estaba haciendo. Eso es básico para su idea: hacer que desaparezca prácticamente ante tus ojos; insistir en que no era nada, en que cualquiera puede hacerlo».

La negación de las intenciones proporcionaba beneficios reales. Los nuevos críticos no habían luchado contra la «falacia intencional», como ellos la denominaban, por el mero hecho de combatir. Al insistir en que las explicaciones del propio creador no venían al caso, dejaban libertad al público para proponer una amplia gama de lecturas complejas e inteligentes. Gracias a la nueva crítica, los poemas se expresaban como nunca lo habían hecho hasta entonces. Otro tanto hacía el arte de Warhol, una vez que este llegó a la conclusión de que podía dejar el significado de sus obras en las manos de sus admiradores más sagaces. A lo largo del medio siglo transcurrido desde el nacimiento de las *Sopas Campbell's*, su obra ha dado origen a ideas más perspicaces, sobre un ámbito de reflexión más vasto, que el

arte de todos aquellos colegas que se sentían obligados a gestionar su propia recepción.

Otra conclusión a la que llegó Warhol: la mejor manera de ceder el control de tu arte consistía, para empezar, en fingir que nunca habías tenido ninguno. Como un hombre que nunca fue un buen orador público ni un pensador propositivo, sus titubeantes palabras jamás podrían haber estado a la altura de la elocuencia de su arte, capaz de dejar sin habla hasta a los más circunspectos sabios. Resultaba más fácil y más seguro hacerse el mudo o incluso el tonto. Ese era asimismo el atuendo más de moda del artista.

> Por la época en la que comenzó a hacer las pinturas pop, tenía música pop. Y era muy curioso porque, cada vez que alguien venía a casa, yo tenía que bajar y esfumarme, pues él no quería que nadie viese que lo estaban ayudando con su trabajo comercial ni que estaba haciendo ningún trabajo comercial. Y una vez que yo estaba abajo, ponía los discos pop para crear la atmósfera.

Así recordaba Nathan Gluck esos primeros meses de la nueva vida de Warhol como artista plástico y como alguien que necesitaba ser identificado en exclusiva con el arte plástico. No era una corrección del rumbo tan evidente como pudiera parecer. Warhol había sido educado en una tradición moderna más antigua que alentaba activamente las fusiones del diseño y las artes gráficas, oyendo declaraciones como: «Somos propensos a establecer una distinción demasiado tajante entre arte comercial y arte plástico. Cuando un artista comercial es bueno se convierte en un artista plástico». Su ídolo artístico temprano, Ben Shahn, había trabajado en ambos ámbitos, al igual que muchos de sus profesores del Tech inspirados en la Bauhaus; un comisario de arte a quien Warhol conoció en el MoMA había organizado una exposición titulada «Los pintores y escultores modernos como ilustradores» que abarcaba todo el museo. No existen muchos indicios de los años cincuenta de que nuestro artista estuviera preocupado por crear imágenes tanto comerciales como artísticas ni por que ambas fuesen tan parecidas.

Ahora bien, en el momento en que Warhol se estaba instalando en Nueva York, el expresionismo abstracto había comenzado a imponer una nueva segregación. En teoría, las pinturas del movimiento trataban de los más elevados ideales de la conciencia y la autoexpresión humanas, que difícilmente podían constituir la materia prima del comercio. Tal como lo expresaba la revista *Art Director*: «Ciertamente, un anuncio de zapatos ni puede ni debería ser realzado con la intensidad emocional que caracteriza la serie *Mujeres* de De Kooning […]. La extrema intensidad emocional del expresionismo abstracto impide su uso en cualquier medida con propósitos

publicitarios, editoriales e informativos». Los expresionistas abstractos se encargaban de promulgar las mismas ideas. Uno de los grandes maestros del movimiento hablaba de cómo la Bauhaus había difuminado trágicamente la frontera entre las bellas artes y las artes aplicadas. De forma curiosa, toda esa retórica estridente podría haber sido alimentada por el hecho de que las nuevas abstracciones, vacías de contenido o comentarios visibles, fueran en realidad muy similares a los atractivos diseños y decoraciones modernos: «Mero papel pintado», las llamaban sus denigradores, y «tejido de corbata». Apropiados o no para vender zapatos, a finales de los años cincuenta los garabatos abstractos se incorporaban como decoración en los escaparates de los grandes almacenes y como fondo en los reportajes de moda a doble página. En 1958, los diseñadores del lujoso restaurante neoyorquino Four Seasons estuvieron encantados de encargar una serie de inquietantes lienzos «espirituales» de Mark Rothko, hasta que el pintor consideró que mancillaba su arte y los retiró del local. Los expresionistas neoyorquinos podrían haberse aislado del arte decorativo con el fin de negar los inevitables vínculos que sus creaciones tenían con este.

Una vez que los fragmentos reales de la cultura comercial y popular empezaron a migrar al arte de vanguardia, los miedos de los expresionistas abstractos se tornaron terrores para sus sucesores. La «impureza» del arte de Rauschenberg, por ejemplo, lo dejaba expuesto a los ataques. «No veo ninguna diferencia entre sus obras y los elementos decorativos que suelen engalanar los escaparates de Bonwit Teller y Bloomingdale's —escribía un famoso crítico—. Comparte, en esencia, la estética del escaparatista que aspira a deleitar la vista, a deslumbrar por un momento […]. Jasper Johns también es un diseñador». Esta era la nueva realidad del mundo del arte que llevaba a Warhol a enviar al sótano al trabajador Nathan Gluck mientras él, un artista plástico inmaculado, entretenía a los intelectuales en el piso de arriba.

Las agendas de Warhol nos muestran que dedicaba mucho más tiempo a buscar ejecutivos publicitarios que a codearse con los marchantes y críticos de arte, pero ocultaba a su nuevo círculo cómo se ganaba la vida. Un día en que caminaban por Madison Avenue, Karp se sorprendió de que Warhol pareciera conocer a la mitad de sus residentes: «“Andy —le pregunté—, ¿quiénes son todas esas personas?”. Él me respondió: “Oh, Ivan, son mi otra vida”. Yo desconocía que se dedicase a la publicidad». Durante los veinte años siguientes, Warhol se esforzó por ocultar su década dedicada a la ilustración; se opuso a varios intentos de exponer sus obras en este ámbito, por si ello podía comprometer su reputación como artista serio, y en cierta ocasión dejó que su amigo Henry Geldzahler le

ayudara a destruir una pila de sus primeros dibujos.

Gerard Malanga, el primer ayudante de Warhol en el pop art, cuenta una anécdota según la cual ambos estaban curioseando en una librería de segunda mano, a mediados de los años sesenta, y encontraron un viejo número de la revista *Harper's Bazaar* con una ilustración de su jefe: «Él dijo: "¡Esconde eso!". No quería que la comprara, pero yo lo hice de todos modos. Estaba muy disgustado por mi descubrimiento de aquella parte de él, de su pasado». Según se deduce de una entrada del diario de Warhol escrita en 1985, tras décadas de éxito y fama, el mero hecho de que hubiera aceptado un encargo para un cuadro, en lugar de inventarse él mismo el tema, podía conducirlo a la autoflagelación: «Supongo que soy un artista comercial. Supongo que esa es la realidad». Un cuarto de siglo antes, cuando empezó a forjar su arte plástico en torno a la cultura comercial —en torno a esos «productos duros e impersonales y los ostentosos objetos materialistas sobre los que están construidos los Estados Unidos actuales», como había escrito—, tuvo que camuflar los vínculos que mantuvo con el comercio durante un decenio. Warhol hizo que el autor de un reportaje temprano sobre el pop eliminara la referencia a la ilustración como algo a lo que todavía debía dedicarse «para ganarse la vida». Gracias a una visita a su estudio por parte de otro escritor, a principios de marzo de 1962, vislumbramos a Warhol trabajando en sus sopas Campbell's, con lienzos de los treinta y dos sabores. Este le dijo a su visitante que prefería «que la empresa Campbell's no sepa nada sobre estos cuadros; cualquier clase de acuerdo comercial desbarataría la intención del proyecto».

Los peligros planteados por tales «acuerdos» potenciales quizá estuvieron en la raíz de la tensión que Warhol sentía entre él mismo y Rauschenberg y Johns. «¿Por qué no les caigo bien a Bob y a Jap? —le preguntó a De Antonio, su amigo en común—. ¿Por qué me ignoran?». Porque, respondió este, «tú eres un artista comercial y eso les fastidia de veras, porque ellos hacen arte comercial, y así es como sobreviven, diseñando escaparates y realizando trabajos que yo les encuentro, y desean desvincularse de todo el mundo y toda la idea del arte comercial».

Esa última afirmación no es tan cierta como se ha creído habitualmente. Aunque Rauschenberg y Johns utilizaban a menudo el seudónimo Matson Jones en sus trabajos comerciales conjuntos para salvar las apariencias, todavía en 1961 sus nombres auténticos se exhibían con orgullo en un escaparate de Bonwit incluido en un estudio sobre escaparatismo publicado por la elitista revista *Graphis*, exhibido de hecho en la misma página que un escaparate de Warhol. También habían estado encantados de mostrar, en dos ocasiones, sus «auténticas» obras de arte en esos escaparates de Bonwit cuyos textos

les presentaban como «jóvenes artistas estadounidenses que han trabajado con nosotros en los escaparates». Con todo, cabe imaginar que el dúo pensaría o sentiría que, al conceder el arte plástico de Warhol aún más protagonismo a la cultura publicitaria que el suyo propio, el peligro que aquel corría de verse «contaminado» por lo comercial podría contagiárseles a ellos. Ello estaba ligado a una diferencia esencial en el personaje público: «Andy era deliberadamente antiintelectual —recordaba Geldzahler—. La absoluta faceta wittgensteiniana de Jaspers se sublevaba horrorizada ante Andy».

Esa era una explicación a su actitud distante al menos tan verosímil como una versión alternativa ofrecida asimismo por De Antonio: «De acuerdo, Andy, si de veras quieres escuchar la verdad, yo te lo aclaro. Ambos sabemos que son homosexuales, pero tú eres tan marica que les enfadas, porque ellos llevan trajes de tres botones y estuvieron en el ejército, en la marina o algo por el estilo».

La pareja podría haber figurado a la perfección entre los muchos homosexuales abotonados de los Estados Unidos de la posguerra a los que costaba aceptar los comportamientos visiblemente gais. «Bob y Jap —explicaría De Antonio más adelante— salían incluso con mujeres y ocultaban su identidad, lo cual me resultaba al mismo tiempo interesante, divertido y ridículo». En cambio, añadía, Warhol «hacía un gran esfuerzo por ser tal vez mucho más marica de lo que era en realidad». En mayo de 1962, cuando el fotógrafo Art Kane acudió para retratar a su amigo, cubrió la cara de nuestro artista con un llamativo maquillaje dorado, en honor a sus zapatos dorados y al «periodo de inspiración dorada de la homosexualidad griega». Un escritor de *One*, la nueva revista dedicada a los derechos de los homosexuales que Warhol compraba, describía la «gran consternación» que sentían los gais de los años cincuenta ante tales signos de afeminamiento, «que actúa como una etiqueta para las inclinaciones sexuales de una persona». Y se afanaba en explicar que, cuando la mayoría de los homosexuales se dan la mano «no es un suave apretón con una mano fofa», sino uno más bien «vigoroso, masculino, duro y fuerte»; una descripción poco verosímil de la manera en que Warhol estrechaba la mano y de tantas otras de sus particularidades. En una de las raras ocasiones en las que Rauschenberg comentaba los vínculos románticos entre Johns y él —Johns jamás lo hacía—, su descripción recurría a términos sorprendentemente varoniles: «En cierto modo, resultaba novedoso en el mundo del arte el hecho de que los dos machos más conocidos y prometedores mantuvieran una relación afectiva». Es fácil contrastar esa imagen varonil con la que Warhol mostraba al mundo e imaginar la tensión entre ambas visiones, especialmente porque nuestro artista

ingresó en las artes plásticas justamente cuando Rauschenberg y Johns estaban sufriendo una angustiosa ruptura, provocada por la obsesión del mundo del arte con su relación de pareja. «No me pareció extraño que el mayor rencor que sintieron en los últimos momentos de su convivencia lo dirigieran a otros homosexuales que no hubieran sufrido como ellos», escribió De Antonio. Por otra parte, hay tanta homofobia peculiar en los diarios del propio De Antonio —«maricón» es una de sus palabras favoritas— que su descripción del rechazo de Rauschenberg y Johns a la extravagancia de Warhol bien pudo haber expresado su propio malestar secreto.

«No fuimos unos amigos particularmente cercanos a lo largo de los años, pero yo sentía afecto por Andy y no recuerdo haberle ignorado jamás», fue la perpleja respuesta que dio Johns tiempo después a la versión de De Antonio. Su recuerdo parece corroborado por la agenda de 1962 del propio Warhol, que demuestra que ambos hombres salieron por la ciudad en más de una ocasión, mientras que en las cartas de su etapa pop Johns le envía saludos efusivos. En una instantánea Polaroid de una década más tarde, también le da a Warhol un enorme abrazo y este, famoso por odiar que lo tocasen, sonríe satisfecho con el gesto. En 1978 habían comprado terrenos colindantes en Colorado. Existen asimismo buenas evidencias de estrechos vínculos entre Warhol y Rauschenberg. Se visitaban en sus estudios respectivos y, de hecho, Rauschenberg acudió a Warhol en busca de consejo sobre el nuevo arte de la fotoserigrafía. Y nuestro artista lo escogió a él como tema de su primer retrato serigrafiado, de entre los centenares que haría posteriormente. Si Warhol pensaba que sus dos amigos estaban distantes (según tan solo la versión de De Antonio), podría deberse a su permanente inseguridad más que a una lectura adecuada de los sentimientos de estos hacia él, pues siempre le costaba creer que las personas a las que admiraba también pudiesen apreciarlo y admirarlo a él.

Fuese o no Warhol realmente objeto de la maricafobia, o simplemente creyese serlo, sí que parece que moderó la temática homosexual en sus obras. En los años cincuenta, dio un empujón a su arte a partir de sus ilustraciones diseminando sus exposiciones en galerías con contenidos abiertamente homosexuales. Una vez que dio con el pop art, se invirtió la situación. Las ilustraciones con las que continuaba pagando sus facturas eran tan afeminadas como siempre, pero sus nuevas pinturas podían interpretarse como eróticamente neutras, tan solo un montón de productos e imágenes sacados de la cultura heterosexual dominante. O al menos podían pasar por neutras en esa corriente dominante; el propio Warhol seguía considerándolas un reflejo de sus deseos privados. Su posterior acólita, Ultra Violet —ciertamente una testigo poco fiable—, aseguraba que Warhol había

descrito en cierta ocasión a Dick Tracy y a Popeye, dos héroes de sus pinturas para escaparates, como los temas de sus sueños de infancia: «Fantaseaba con la polla [*dick*] de Dick […]. Mi madre me pilló un día tocándome y observando una viñeta de Popeye». Cuando añadió esas almohadillas a su cuadro de las botellas de Coca-Cola, dio la casualidad de que con ellas la marca quedaba abreviada como «Coc» (que suena como *cock*, palabra en inglés para «polla»).

Los heterosexuales podían seguir interpretando el pop art como *campy* y de hecho lo hacían —*The New York Times* citaba el «mal gusto» del pop como la señal más clara de la ascensión de lo *camp*—, pero se trataba de estilo construido en torno a la clase más que al sexo. «Ser *camp* significa estar perversamente comprometido con la estética *trash* o con una suerte de cultura suburbial», escribía un experto temprano en el tema.

Esa idea de un «compromiso perverso» es importante para entender al Warhol del pop. No está claro que, al menos en los sesenta, tuviera el gusto por la cultura popular de un genuino entendido; que pensara en ella como algo digno de un estudio serio por derecho propio, como podría ocurrir con el crítico de rock o con el estudioso de Hollywood. Pese a los chascarrillos acerca de su amor por la sopa, los cómics o el rock, la apreciación de Warhol siempre parecía comportar una dimensión irónica, a la manera en que su amigo Stephen Bruce ha insistido en que la celebración de las antigüedades victorianas en el Serendipity fue jocosa en todo momento. Para nuestro artista, bien formado en lo mejor de lo mejor del movimiento moderno, la cultura popular era un selecto repositorio artístico que podía emplear para crear un nuevo arte moderno y un nuevo personaje artístico.

En casa con sus famosas Sopas Campbell's.

15
1962

WARHOL, UN «NUEVO TALENTO» | BUSCANDO GALERÍA | PINTANDO DINERO | LAS *LATAS DE SOPA* EN LOS ÁNGELES | MARTHA JACKSON CANCELA UNA EXPOSICIÓN | LA GALERÍA STABLE DA UN PASO ADELANTE

«Este joven "artista" es un bobalicón o un testarudo charlatán».

En la primavera de 1962, Andy Warhol había sido nombrado uno de los nuevos talentos del mundo del arte. Había producido un montón de cuadros en toda suerte de estilos y sobre toda clase de temas, y que estaban claramente en la vanguardia. Los amantes del arte acudían en tropel a ver esas obras; registraban sus visitas con la Polaroid. Su agenda nos muestra que alternaba con una nueva tropa de amigos de alta reputación: Johns y Rauschenberg, los artistas pop Marisol y Oldenburg, los nuevos abstraccionistas Stella y Chamberlain. Con todo, su carrera como artista plástico se resistía todavía a despegar.

Era demasiado pronto para aspirar a exponer en un museo y, pese a tener como promotor a Ivan Karp, lo mejor que Warhol podía conseguir de los principales marchantes era la ocasional venta en la trastienda a algún coleccionista temerario. «Todo lo que recuerdo de aquellos años es que andaba corriendo a Elkon, Janis y Castelli —las mejores galerías del momento— intentando conseguir una exposición para Andy —contaba Henry Geldzahler—, y todos decían: "Bueno, la verdad es que no estoy seguro"». Incluso una vez que Warhol se había tragado el orgullo y se había conformado con volver a exponer en la humilde galería Bodley, su propietario se mostró reacio a la idea de una exhibición. Los nuevos cuadros suponían un cambio demasiado grande: «Me parecían terribles. Me parecían ridículos. No me gustaban», era la reacción que recordaba el marchante.

«Si no está interesado en ellos, me los llevaré a otro sitio», habría respondido supuestamente Warhol, pero no era fácil encontrar otro lugar que los acogiese. Lo mejor que pudo hacer para estrenarse en el pop fue una muestra de sus nuevas obras en la sala trasera de la efímera galería de un marchante amigo suyo llamado David Herbert. Warhol lo conocía de los círculos gais y había llegado a ser asimismo uno de sus clientes. «Yo contribuí decisivamente a abrir paso a Andy

para que entrase en el mundo de las bellas artes», escribiría más tarde Herbert, recordando un cuadro que Warhol le regaló en señal de agradecimiento. Pero incluso la relación de nuestro artista con el marchante solamente proporcionó a sus nuevas pinturas el derecho a desempeñar un papel secundario junto a la muestra en solitario en la sala principal de una abstraccionista de nuevo cuño, que recibió una elogiosa crítica en *The New York Times*, sin mención alguna de Warhol. No obstante, el interés de Herbert acabó dando sus frutos, aunque fuese al otro lado del continente.

En Los Ángeles, todavía un lugar provinciano en el mundo del arte, la galería Ferus, inaugurada cuatro años atrás, había estado luchando por salir adelante como representante de un grupo de los más audaces artistas californianos, algunos de los cuales estaban dando sus propios pasos hacia una estética pop. La estrategia de la galería se amplió con la llegada de Irving Blum como nuevo socio, que tenía una mentalidad más empresarial. A lo largo de las décadas siguientes, ese legendario anecdotista gallardo y moreno llegó a ser un personaje importante en el mundo del arte. Animó a Ferus a expandir sus horizontes con artistas de la capital cultural que era Nueva York, donde Blum había pasado varios años vendiendo mobiliario moderno en la célebre sala de exposiciones Knoll de Madison Avenue. Y a la que también había contribuido a proveer del arte más reciente de las galerías cercanas. En el verano de 1961, Blum viajó a Nueva York con el copropietario de la Ferus, Walter Hopps —otro pintoresco excéntrico que llegaría a ser un poderoso defensor de Warhol—, y la pareja pidió consejo a su amigo David Herbert sobre los talentos más recientes de la Costa Este. El marchante les señaló a Warhol, una opción especialmente probable dado que este aún no tenía representación en ninguna galería. Hopps ya conocía la reputación de nuestro artista en la ilustración, y una vez que los dos angelinos hubieron oído el nombre de Warhol por boca de otros dos consejeros, parecía claramente procedente visitar su estudio. Se reunieron con él en el Serendipity, que Blum ya conocía de sus tiempos de Knoll, y desde allí fueron a su casa.

«Warhol nos condujo hasta lo que parecía prácticamente una habitación sin ventanas —recordaba Hopps dos décadas después—. Era una biblioteca panelada, pero las estanterías estaban vacías… ningún cuadro en la pared, nada. Como justo después o antes de una mudanza. Lo que impresionaba realmente era que (puede que exagere un poco) no se veía el suelo, pues estaba ciertamente cubierto de una pared a otra con toda suerte de revistas baratas de cine, fanzines y hojas de balances, relacionadas con estrellas populares del cine o del rocanrol. Warhol nadaba en él». Aquella inmersión en la cultura de masas continuaba en la pila de cuadros de tiras cómicas y anuncios de tabloides que Gunther Jaeckel acababa de devolverle a Warhol de sus

escaparates. Los californianos los encontraron enigmáticos o al menos prometedoramente oscuros, pero no llegaron a proponerle una exposición, sumando otra decepción en el haber de Warhol. Hopps creía reconocer su talento, pero Blum no estaba tan convencido. «Recuerdo que no veía ni pies ni cabeza a aquellas pinturas —decía este, admitiendo ser todavía cautivo del expresionismo abstracto—. Eran radicales y yo no estaba preparado en absoluto para ellas […]. Comoquiera que evolucionara el arte, creía que no iría por esos derroteros».

De nuevo en Nueva York unos meses después, con algo de tiempo libre, Blum y Hopps pasaron por la Castelli, donde las diapositivas de los nuevos cuadros de cómics de Lichtenstein les recordaron su anterior visita a Warhol y las obras similares que este les había mostrado. Un «acontecimiento» histórico en el arte podía estar en ciernes, pensó Blum, por lo que telefoneó al instante a Warhol y organizaron otro encuentro. Las tres primeras de las *Sopas Campbell's* más recientes estaban expuestas en el parquet del salón de la casa de Warhol. Los marchantes quedaron absolutamente prendados de ellas.

«La primera vez que las vi, pensé en la maravillosa estilización de los cuadros de Stuart Davis, cuya obra siempre había admirado», recordaba Hopps. Y tenía razón en que, en la escala, el tratamiento y el tema, las últimas *Sopas* de nuestro artista estaban más cerca de los clásicos cuadros protopop de bienes de consumo que había hecho Davis que las obras anteriores de Warhol. «Recuerdo que le pregunté cómo describiría esas pinturas. Me dirigió una sonrisa divertida y dijo: "Creo que son retratos, ¿no te parece?". Era una respuesta ambigua a la par que interesante, como si no distinguiese entre las personas y las cosas».

La pregunta de Blum a Warhol fue más concreta: «Le dije: "¿Por qué tres?", y él me contestó: "Voy a hacer treinta y dos"», porque, decía el marchante, las *Sopas* se vendían en treinta y dos sabores. «Pensé en ello un minuto —recordaba Blum—. Tenía la sensación de que estaba ocurriendo algo. Hice de tripas corazón». Warhol recibió su primera oferta para una auténtica exposición en solitario, y vaciló a su vez ante la idea de que esta se organizara a casi cinco mil kilómetros de allí. Se habría animado al saber que la Ferus había expuesto ya las esculturas más pop de Jasper Johns, incluida la *Bombilla* en la que él había basado su dibujo de Johns. Pero Blum mencionó otro factor: «Mientras él pensaba, le cogí del brazo y le dije: "Andy, las estrellas de cine visitan la galería"; aquello selló el trato».

La exposición se programó para julio —Blum logró convencer a Warhol de que en Los Ángeles, a diferencia de Nueva York, el verano era una buena época para exponer— e incluiría las treinta y dos nuevas *Sopas*. Blum sabía que algunas de las anteriores pinturas de

Campbell's, de mayor tamaño, ya andaban circulando por los despachos de los marchantes neoyorquinos, así que estaba decidido a acaparar las más recientes para la Costa Oeste.

Fue casi como si la promesa de Blum de una muestra en solitario hiciera que los astros se alineasen para Warhol. Durante los meses que transcurrieron hasta la inauguración de su exposición en la Ferus, su arte comenzó a despegar, al igual que el naciente movimiento pop del que formaba parte.

En la eminente galería Martha Jackson, donde habían expuesto grandes nombres como De Kooning y Picasso, se negociaba con los cuadros de Warhol en la trastienda, gracias a un joven asistente llamado John Weber, que estaba muy al tanto de las últimas tendencias: «En realidad yo fui algo así como su primer marchante, aunque él no estuviera oficialmente con la galería».

Aparte de gustarle el atrevimiento de sus obras, Weber estaba identificando ya los contactos especiales de Warhol con «un conjunto internacional de *playboys* titulados y adinerados», como señaló en ese momento en un memorando dirigido a su jefe, en el que comentaba asimismo que aquello podía enriquecer la clientela de la galería. «Warhol es independientemente rico y, por consiguiente, no nos presionará exigiéndonos una gran cantidad de dinero —escribió Weber—. Es barato. Su estudio, por ejemplo, podría comprarse probablemente a un precio increíblemente bajo». El joven observaba también que Warhol ya estaba en conversaciones con la Allan Stone, una galería más modesta que le había ofrecido una muestra con otros dos artistas pop, que él había declinado. Una crítica de arte ya había descubierto algunos de los cuadros de *Sopa* de Warhol en la galería Stone, y los reseñó junto con los nuevos lienzos de temática pastelera de Wayne Thiebaud, que habían causado sensación al ser expuestos en abril, cuando se habían vendido todas sus obras (Warhol era uno de sus admiradores). La crítica concluía que había una nueva «concesión de la sopa a la tarta» en el arte de la nación.

A Warhol le llegó al fin su reconocimiento en verano, con una cobertura mejor de la que podría haberse imaginado. Aparecieron sendos reportajes ilustrados en las revistas *Mademoiselle* y *Time*, que tenían millones de suscriptores comunes y corrientes. Esta última declaró el advenimiento de una nueva «escuela del trozo de tarta» (el artículo estaba vinculado a la muestra de cuadros de tartas de Thiebaud en la Allan Stone) y obsequiaba a sus lectores con minisemblanzas de Thiebaud, Lichtenstein, Rosenquist y Warhol. Este no debió de sentirse especialmente complacido con un texto que le presentaba como un ilustrador de «revistas de mujeres». (*Mademoiselle*,

una de esas revistas, decía en su reportaje que era famoso por «sus dibujos delicados y caprichosos»). Pero seguro que nuestro artista se sintió entusiasmado al ser el único cuyo retrato acompañaba al artículo de la revista *Time*: aparecía orgullosa y cómodamente instalado en su salón-estudio, junto a una lámpara en forma de poste de barbero —continuaba alardeando de su afición al arte popular— y con una selección de sus nuevos cuadros al fondo. Incluso antes de que muchos de los amantes del arte neoyorquinos hubieran estado expuestos al pop art de Warhol en carne y hueso, ahí estaba su creador plantado ante la mirada pública de toda la nación, y asumiendo ya el personaje pop naíf que sería su predilecto para el resto de su vida: «Solo pinto cosas que siempre me han parecido hermosas, cosas que usamos a diario y en las que nunca pensamos —decía Warhol en el artículo—. Estoy trabajando en sopas y he estado haciendo algunos cuadros de dinero. Lo hago sencillamente porque me gusta».

En el momento en que sus palabras aparecían en *Time*, Warhol debía de saber que esos «cuadros de dinero» estaban a punto de procurarle una mayor y más prestigiosa exposición en su primera muestra auténtica en una galería en los años sesenta. Su amigo Henry Geldzahler había intimado con un joven e impresionante esteta llamado Richard Bellamy —medio chino, medio ohioano y desertor de la universidad— que dirigía la galería Green, «la más vanguardista de la ciudad de Nueva York», como la describió en esa época Yayoi Kusama. «Dick Bellamy ayudó a despegar a la generación posterior al expresionismo abstracto», recordaría más tarde Geldzahler.

Bellamy, Karp y Geldzahler se habían aficionado a dedicar los domingos y los lunes, cuando las galerías cerraban, a visitar los estudios de las jóvenes promesas como Warhol. En junio de 1962, Bellamy había decidido cerrar la temporada de su galería con una exposición colectiva de los últimos descubrimientos que había hecho en sus rondas por los estudios. La muestra incluía una de las nuevas obras más agresivas de Warhol: un vasto cuadro completamente cubierto con doscientas imágenes idénticas de billetes de un dólar, serigrafiadas sobre el lienzo una tras otra (y que ya había aparecido en mayo en el fondo del retrato de nuestro artista para la revista *Time*).

Era la primera vez que Warhol utilizaba esta técnica en su arte plástico, aunque, a diferencia de sus posteriores serigrafías más innovadoras —de Marilyn y Elvis, por ejemplo—, estas primeras de los dólares estaban basadas en dibujos, no en fotos. Parece como si el amigo que había hecho las pantallas de Warhol hubiera insistido en mantenerse alejado de la falsificación, lo cual explica asimismo por qué nuestro artista hizo sus dólares considerablemente más grandes que los reales. (La revista *McCall's*, clienta de Warhol, hacía recibido

hacía poco una visita del Servicio Secreto por causa de un anuncio con una imagen de un simple sello a tamaño real).

Con los cuadros de dinero de Warhol (que hizo a montones) su público se topó por primera vez con la célebre idea de que quería funcionar como una máquina —en este caso, como una prensa de la Casa de la Moneda de Estados Unidos— y de que su arte no tenía nada que ver con la labor de sus manos ni con sus destrezas manuales y su trabajo. Si se examinan muy de cerca, esas mismas pinturas muestran que eso nunca fue mucho más que un mito que él había decidido propagar. Los fans del serigrafiado en realidad promocionaban la técnica como especialmente adecuada para el escenario artesanal del estudio de un pintor, frente a técnicas de grabado más antiguas que a menudo requerían maquinaria pesada y prensas. De hecho, que el serigrafiado evocara en todo momento sus «humildes» raíces industriales estaba reñido con el uso que Warhol hacía de él como una técnica propia de las bellas artes, más manual y a pequeña escala. El crítico que publicó la cita más famosa sobre su intento de ser una máquina reconoció asimismo que se trataba de pura propaganda: «Todo cuanto cabe decir es que esa afirmación no es cierta».

Geldzahler describió en cierta ocasión la meticulosidad artesanal y muy humana de su amigo:

> Yo solía observarlo en su estudio, trabajando en los cuadros y las serigrafías, con la televisión encendida y la música sonando, pero nunca había nada accidental. Quiero decir que Warhol no dejaba de tomar decisiones sobre el tamaño de los cuadros, el color de los lienzos y la clase de pintura que utilizaba, y cómo colocar la pantalla sobre el lienzo, cuánta pintura echar sobre ella, si hacerla muy negra, o gris o muy blanca. También descartaba muchos cuadros; no los dejaba salir todos, de modo que es un artista mucho más formal, mucho más interesado en las cualidades formales del arte de lo que la gente cree.

Las imágenes de dólares «acuñados» en especial implicaban esmero y artesanía, desde los billetes falsos dibujados a mano en los que se basaban sus pantallas hasta el meticuloso proceso de grabarlos manualmente sobre el lienzo. En los cuadros de billetes que los mostraban en montones caprichosos, Warhol tuvo que emplear elaboradas técnicas de enmascaramiento para lograr que un billete de banco serigrafiado pareciera haberse deslizado bajo otro.

De todos sus primeros cuadros pop, puede que las pinturas de dinero de Warhol tengan el trasfondo más profundo. Un profesor del Tech había hablado del billete de dólar estadounidense, con su retrato de George Washington realizado por Gilbert Stuart, como de una obra de arte que todos llevamos en nuestros bolsillos, mientras que su manual universitario más importante se iniciaba ya en la primera página exponiendo el concepto de arte con una discusión de la función, el significado y el diseño de una moneda, enfatizando

especialmente que «toda obra de arte importante posee algún uso»; un anatema para los abstraccionistas a los que Warhol estaba reemplazando, pero vital para la carrera que lo aguardaba. Sus doscientos dólares de la galería Green tratan de lo que sucede cuando se suprime la función de una imagen sin modificar mucho su diseño. O más bien, como señalaría un crítico posterior, al fijar originalmente el precio de la obra en doscientos dólares, Warhol estaba preservando intacta en ciertos sentidos la función, incluso cuando transformaba el dinero en arte. Sus doscientos billetes de dólar serigrafiados continuaban funcionando como dinero en su obra, ya que su valor de cambio permanecía inalterado una vez transferidos al lienzo.

En los años cincuenta, el *portfolio* comercial de Warhol estaba atestado de imágenes de dinero; en cierto sentido, sus directores de arte tenían una necesidad constante de ellas. Pero las diferencias entre estas y sus nuevas imágenes pop son reveladoras: las ilustraciones de esa década eran casi siempre bobas y cómicas; pero las pinturas pop eran firmes y directas, lo que en cierto modo podía hacerlas parecer cáusticas, más bien satíricas. Al cabo de unos meses pintando esos cuadros, Warhol estaba empleando una lista garabateada de palabras para explorar todo el repertorio de conceptos ligados al dinero: «dinero falso, dinero manchado de sangre, dinero sucio, dinero real, dinero impreso, dinero muerto de muerte, dinero circulante, dinero activo».

Nuestro artista, que intentaba sacar tajada en el mundo comercial, había sido acusado de venderse en cuanto salió de la universidad; tan solo unos años antes de su debut en el pop, cuando aquel libro cómico lo había incluido entre los mil nombres dignos de mención, en la página dedicada a los vendidos notables de los «grandes negocios». Warhol era «el hombre que pinta dinero por dinero», según el titular de uno de los primeros reportajes europeos sobre el pop art, que se publicó pocos meses después de la exposición de la Green. Lo que parece que ocurrió en los primeros cuadros de dólares es que Warhol había decidido reconocer su pecado de codicia y transformarlo en virtud artística. La obra que marcó su debut más público osaba sugerir que tanto él como sus pinturas pertenecían a la misma clase de bienes comercializables que otros artistas pop solamente se atrevían a representar.

Incluso ya entonces, el Warhol que mascaba chicle comprendía que podía eclipsar a sus compañeros más próximos habitando en los temas del pop en lugar de limitarse a representarlos. Posando como la gran mercancía estadounidense, nuestro artista continuó siendo uno de los temas centrales de su propio arte hasta el día en que murió, y su tratamiento de ese tema —él mismo— se debatió en todo momento entre la celebración, la crítica y la sátira. A medida que se disparaban

tanto la fama como los precios de Warhol, pintar un cuadro, cualquier cuadro, llegaba a asemejarse a imprimir dinero. A mediados de los años setenta, nuestro artista estaba en disposición de proclamar el vínculo entre su arte y el dinero. «Me gusta el dinero en la pared —escribió—. Pongamos que fueses a comprar un cuadro de doscientos mil dólares. Creo que deberías coger ese dinero, hacer un fajo y colgarlo de la pared. Entonces, cuando alguien te visitase, lo primero que vería sería el dinero en la pared».

Cuando se inauguró la exposición de Bellamy a principios de junio, este concedió un lugar de honor a los billetes verdes de Warhol: los dispuso en solitario en la mejor pared de la galería, la primera que veían los visitantes en el momento en que entraban. Al recuperarse de la primera impresión al ver todo ese dinero —posando como arte—, los espectadores tenían que enfrentarse entonces a un sofá cubierto de penes de Yayoi Kusama y a la radical *Losa* de Robert Morris, el objeto primigenio del minimalismo venidero. *The New York Times*, ignorando a Warhol, definió la totalidad de la muestra como «parodia visual» y «no arte» (y, siempre refinado, optó por llamar a los penes de Kusama «salchichas de Frankfurt»). En ese primer momento de su carrera en las artes plásticas, antes de que la cultura de masas abrazara el pop art, la obra de Warhol en la Green estaba en compañía de todo arte que se hallara a la vanguardia. ¿Qué podría haberlo complacido más que aquello?

Los expertos en el mundo del arte habrían reconocido al instante el peso del cuadro de los dólares de Warhol en la galería Green, porque tenía raíces en algunos otros lienzos que habían causado sensación no hacía mucho. A finales de 1961, una artista de veintiocho años conocida simplemente como Chryssa había expuesto en solitario simultáneamente en la legendaria galería Betty Parsons y en el Museo Guggenheim de Nueva York. Allí exhibió nuevos cuadros de grandes dimensiones cubiertos de un extremo a otro con una cuadrícula de anuncios de periódicos y letras, que Chryssa había transferido mecánicamente de la página impresa a su lienzo. El tema era sin duda diferente de lo que Warhol mostraba en la Green (si bien próximo a sus varias obras de periódicos de aquella época), pero el efecto del conjunto, una serie de publicaciones cotidianas transplantadas tal cual al lienzo cuadriculado, era de una similitud asombrosa. Durante una breve etapa previa al despegue del pop, Chryssa fue una figura emergente que Warhol aún no podía aspirar a ser. Cuando logró un codiciado espacio en el anuario Whitney de 1960, un crítico la describió como uno de «los nuevos talentos que tener en cuenta» y volvió a elogiarla un año después en una reseña de su exposición en solitario en el Guggenheim. No mucho antes de que Warhol comenzara a serigrafiar sus dólares, Chryssa consiguió un perfil

propiamente dicho en un periódico, que la describía como una especie de «poeta del Times Square» protopop y cerraba con la noticia de que estaba trabajando duro en «un periódico hecho a escala». Nuestro artista debió de tener noticias de ella y de su obra: Chryssa era íntima amiga de un antiguo coleccionista suyo y David Herbert había exhibido las obras de la joven el año antes de que Warhol fuese lanzado en la trastienda de ese cordial marchante. Eso significa que su cuadro de los dólares no solo marca el inicio de su labor de serigrafiado, sino que señala asimismo su comienzo como la gran esponja del pop art, pues absorbía ideas e influencias de todas partes y luego las traducía a sus warholismos característicos.

Cabría decir que esta práctica es uno de sus gestos distintivos, y señala una vez más su rechazo de la autoría y la originalidad que supuestamente la acompaña; un rechazo que constituía en sí mismo una de sus más impactantes y originales contribuciones al arte. «Su premisa es que las ideas de una persona son tan buenas como las de otra, que todas son similares», escribió un comisario de arte amigo de Warhol, especificando al mismo tiempo que esa capacidad de absorción del artista tenía el mejor de los antecedentes vanguardistas. Su rendición a las ideas ajenas, decía el comisario, evocaba la manera en que John Cage y sus seguidores habían cedido el control de su obra al azar.

De hecho, sin embargo, lo que Warhol tomaba prestado del uso que hacía Chryssa de los periódicos —o Rauschenberg, para el caso— sí que implicaba en realidad una transformación peligrosa y bastante deliberada de lo que la artista había hecho. Los cuadros de Chryssa habían consistido básicamente en tomar prestada la textura y la estética del periódico, tornándolo en buena medida ilegible, mientras que los cuadros de dólares de Warhol, y posteriormente sus reproducciones de portadas de tabloides, trataban del contenido y el significado auténticos de lo que estaba mostrando. Se sospechaba, y sigue siendo así, que las mejores y más impresionantes obras de Warhol se limitan a repetir lo que hay en el mundo, en lugar de convertirlo en una fuente de arte a la manera en que tendían a hacerlo Chryssa y Rauschenberg.

Esa primavera de 1962, el radicalismo de nuestro artista fructificó por valor de mil doscientos dólares: la suma sustancial por la que se vendió su cuadro de los billetes durante la exposición de la Green. (Una obra de periódicos de Chryssa ya se había cotizado al doble de ese precio —tal era su fama a la sazón—, si bien el cuadro de los dólares de Warhol acabaría costando veinte mil veces más). Los *200 billetes de un dólar* eran ciertamente el objeto más valioso que había creado hasta la fecha, y se vendió por más de lo que se pagaría por la mayoría de sus pinturas, incluso en el apogeo de su fama como artista

pop. Y el precio, aunque todavía una quinta parte o menos de lo que su comprador estaba pagando por Jasper Johns, habría sido especialmente significativo, habida cuenta de lo radical que era el cuadro para aquel momento. Al año siguiente, Fairfield Porter, artista más mayor que Warhol a quien este había encargado en cierta ocasión aquel doble retrato en su piso de la planta baja de Lexington Avenue, daría un discurso completamente centrado en cómo el arte solo podía consistir en «buscar diferencias, buscar distinciones» en un mundo de homogeneización creciente; y ahí estaba Warhol, con su cuadro de dinero, celebrando positivamente lo homogéneo y lo indiferenciado.

El escandaloso éxito de la muestra de la Green podría haber reportado a nuestro artista algo más que dinero o incluso reconocimiento. Sus contactos con Bellamy habrían sido otro acicate para la agresiva transformación de Warhol en una nueva clase de personaje pop. Una crítica de los años sesenta describía al esteta como un bufón de la corte incapaz de resistirse a eclipsar a los mecenas para quienes hacía bufonadas. Bellamy, decía, era «la primera personalidad estilista calculada y autoconsciente que he conocido; alguien cuya respuesta al arte consistía en moldearse a sí mismo adoptando esa imagen; parecía no hacer nada que no estuviese supeditado a tal efecto». Aproximadamente un año después, cuando esa misma crítica trabó amistad con Warhol, vería en él más de lo mismo.

Ciertamente era estupendo que Bellamy hubiera logrado una venta. Los artistas neófitos, incluido Warhol, estaban acostumbrados a volverse con la mayoría de sus obras sin vender. Pero los pocos cientos de dólares que se embolsó nuestro artista apenas podrían haber augurado todo el dinero que llegaría de la mano de las artes plásticas. El estilo de vida de Warhol en el centro de Manhattan seguía dependiendo enteramente de los contratos comerciales. Incluso mientras preparaba su primera muestra pop en solitario en la Ferus, cumplía interminables contratos con clientes que querían las mismas ilustraciones que llevaba una década haciendo. No obstante, durante los primeros años de los sesenta, Warhol también se permitía el solapamiento ocasional entre esos contratos comerciales y su nuevo arte plástico. O, más bien, un puñado de osados directores de arte empezaron a buscarlo haciendo que se produjese esa superposición.

En 1961, una joven graduada en cerámica llamada Ruth Ansel encontró su trabajo de ensueño como directora adjunta de arte en *Harper's Bazaar*, justo después de que el gran Marvin Israel se hiciera cargo del diseño de la revista. Este la había contratado por su limitada experiencia en el diseño gráfico, no a pesar de ello, confiando en que Ansel le ayudaría a lograr que la revista superase los clichés. Warhol

llegó a ser parte de su grupo de colaboradores.

Ansel empezó considerando a nuestro artista «una figura conocida, no una estrella», en el firmamento de la revista; no un genio, sino un avatar ingenioso y extravagante de Ben Shahn, «el rey de la ilustración». Eso empezó a cambiar, explicaría, con el nacimiento del pop art, cuyos primeros indicios se estaban viendo en las galerías vanguardistas que los diseñadores como ella habían comenzado a frecuentar. Amiga de infancia de la familia Castelli, Ansel estaba especialmente puesta en la obra de Rauschenberg y Johns. Una vez que descubrió las primeras obras pop de Warhol inspiradas en Rauschenberg, en las paredes del apartamento de su amigo Emile de Antonio, se percató de que el artista estaba dejando atrás sus ilustraciones de los años cincuenta. Una visita a la casa adosada de Lexington Avenue la convenció del peso de las nuevas imágenes «intencionadamente brutales» que vio allí, incluso aunque hubiese tenido, como la mayoría de los demás visitantes tempranos de Warhol, muchas dificultades para llegar a apreciar de veras su obra. No obstante, pensaba que ese era justo el impacto que debía ejercer el nuevo arte.

A principios de aquel trascendental verano de 1962, a Ansel le salió al paso un gran proyecto en *Harper's Bazaar*: encargar la portada de un número especial de otoño sobre moda internacional. El estatus emergente de Warhol como el más audaz de los artistas plásticos, junto a su reputación de largo recorrido como uno de los colaboradores más fiables de *Bazaar*, hacían de él el candidato idóneo para el trabajo. Warhol entregó una imagen que representa una fusión perfecta aunque peculiar de sus dos personajes: un elegante dibujo lineal de una modelo luciendo sombrero, muy al estilo de los cincuenta de Warhol, casi enterrada bajo sombreados y lavados de color con reminiscencias de Johns y Rauschenberg. Cabría decir que seguía todavía las lecciones sobre la Bauhaus de sus años universitarios, cuando había aprendido a utilizar los estilos del arte plástico vanguardista para energizar la ilustración comercial. Como había recalcado su manual sobre esta, «ningún arte digno de ese nombre puede desprestigiarse asistiendo a las otras artes». En la portada de otoño de *Harper's Bazaar* vemos simplemente que Warhol ha reemplazado a Ben Shahn como modelo por lo último en protopop. A intervalos, ese fue su modo comercial durante los primeros años sesenta —en un dudoso proyecto había pintado bonitas caras en bombillas reales y las había fotografiado—, hasta que cobró conciencia de que la fusión nunca fue afortunada. Al menos al principio, las pinturas pop necesitaban distanciarse del comercio para producir su efecto artístico. La mezcla de ambos no hacía sino enturbiar las aguas.

Los primeros años de Warhol como artista pop se financiaban más que nada con las ilustraciones al estilo de los años cincuenta que Nathan Gluck seguía produciendo en serie en su mesa de dibujo en la habitación delantera de la casa adosada. Se mantenía especialmente atareado trabajando para una empresa de artículos de cuero llamada Fleming-Joffe que dirigía la cultivada pareja integrada por Theodora (Teddy) y Arthur Edelman, que había estudiado con el poeta Stephen Spender en el College Sarah Lawrence. Los contratos de la empresa ayudaron a Warhol a ganarse la vida hasta bien entrados los años sesenta. La pareja había heredado un negocio familiar de pieles, y habían creado un inventario de dos millones de pieles de serpiente que, con la ayuda de nuestro artista, confiaban en vender como suministros a zapateros importantes. Se trataba de una empresa ardua, habida cuenta del conservadurismo de la industria del calzado, y contrataron a Warhol como el principal vendedor de pieles de serpiente de los Edelman. Sus ilustraciones de alto estilo «añadían un pequeño y hermoso brillo a lo que estábamos haciendo —decía la pareja—. Nos convertimos en los reyes de la industria del cuero, y él contribuyó a ello» (aunque Warhol no ejercía un control exclusivo sobre sus anuncios; como de costumbre, estaba compitiendo con los fotógrafos).

Los contratos de los Edelman de anuncios impresos, artículos promocionales y exhibiciones de productos —incluso para un par de toldos de tiendas, un libro para colorear y una animación— se convirtieron en una notable fuente de ingresos durante los años pop de Warhol, hasta a «unos pocos cientos de pavos» por imagen, como recordaba la pareja. Pero todo ese trabajo en las pieles, por muy rentable que fuese, no podría haber alimentado demasiado su amor propio. Era evidente que sus nuevos clientes, y los clientes de estos, querían el mismo viejo estilo de la *blotted line* que había forjado un nombre a Warhol en los años cincuenta, y él les suministraba un producto tan bonito y cursi como cualquiera de los que había hecho para I. Miller, incluso con conceptos no tan elevados; las imágenes para Fleming-Joffe se basaban a veces en ilustraciones de los primeros años de nuestro artista en Nueva York. La pintoresca sencillez de la caligrafía de Julia Warhola, imitada por Nathan Gluck, se convirtió en un distintivo de la empresa, hasta el punto de que Warhol aceptó proporcionar a los Edelman una versión de Letraset para transferir cuando dejó de aceptar contratos suyos.

El trabajo de los Edelman con las pieles no parece haber compensado las pérdidas en otros ámbitos. El año del debut de Warhol en el pop escaseaba el dinero. Los ingresos estables que percibía desde hacía tiempo por los dibujos para los artículos sobre moda de *The New York Times* habían disminuido en un tercio, y sus trabajos para Bowit

Teller se cancelaron en realidad debido a sus labores en las artes plásticas. El director de publicidad de los almacenes llamó a Warhol y le dijo con delicadeza que, si deseaba ser un artista plástico, sería preferible para ambos que dejara atrás sus anuncios. Durante todo 1962, Andy Warhol Enterprises proporcionó a su propietario un salario mensual de mil dólares, casi la mitad que a principio del año. Sus gastos de entonces fueron prácticamente equivalentes a sus ingresos. En octubre, Warhol estaba rogando a un cliente que le abonara una pequeña factura. El mes siguiente, recibía una tasación completa de sus obras de arte y antigüedades por valor de cuarenta y cinco mil dólares, aproximadamente equivalente a la modestísima facturación de ese año. ¿Estaba calculando Warhol qué colchón económico tenía mientras ponderaba el compromiso definitivo con el arte?

> Querido Andy:
> Te adjunto otra estúpida reseña. La asistencia ha sido espectacular, pero las ventas han sido muy pobres. No importa, la exposición es espléndida y yo la estoy disfrutando una barbaridad.

La recepción de esa nota, escrita por Irving Blum el 23 de julio de 1962, debió de llenar de gozo a Warhol. Sin lugar a dudas, las ventas de su exposición en la Ferus habían sido lentas y los críticos crueles, pero estaba acostumbrado a esas noticias a raíz de su década de muestras neoyorquinas. Lo que ahora importaba era que su nuevo arte radical se estaba exponiendo por vez primera en solitario, como la Ferus se cuidó de anunciar, y ni siquiera Los Ángeles podía ignorarlo.

Warhol envió sus treinta y dos sabores de *Sopa Campbell's* a finales de junio y Blum estaba encantado cuando llegaron con tiempo de sobra para la inauguración, el 9 de julio. (El marchante le indicó esa fecha en una postal que mostraba el paseo de la Fama de Hollywood, sin duda para despertar su emoción). Para anunciar el evento, la Ferus envió por correo un cartel donde aparecía la *Sopa de pimienta* de Warhol, un ingenioso guiño a lo picante de la muestra. Después, Blum estuvo ocupado instalando las obras. Primero intentó colgarlas formando una línea elegante en la pared blanca, pero fue incapaz de nivelarlas todas. Así pues, se planteó otra opción más interesante: instaló por toda la galería un pequeño estante de unos centímetros de profundidad a la altura de la cintura, y posó sobre él la serie de cuadros. La interpretación habitual al respecto ha sido siempre que la instalación imitaba un expositor de supermercado, lo cual carece de sentido. ¿Desde cuándo se aplicaba esa clase de mercadotecnia refinada a las humildes sopas? Como Warhol sabía, puesto que hacía pinturas y esculturas al respecto, las tiendas siempre exhibían sus

productos enlatados en pilas enormes e impenetrables. Lo que Blum había hecho era más bien presentar los cuadros de Warhol como preciosos objetos de arte en una sala destinada a los maestros antiguos, a la espera de que un entendido pasase de uno a otro para captar sus sutilezas. En la pared, debajo de cada cuadro había incluso una etiqueta con un bonito tipo de letra, no muy distinta de las etiquetas de precios que vemos en un supermercado. En Los Ángeles, en 1962, las obras que parecían productos de gama baja necesitaban recalcar su estatus de gama alta, por lo que era importante que las creaciones de Warhol y de otros artistas pop presentaran sus préstamos de la cultura popular fuera de sus respectivos contextos originales, «transformándolos y elevándolos al nivel de las "bellas artes"», como decía un admirador temprano. Claes Oldenburg, por ejemplo, dejaba claro que suscribía «una idea muy elevada del arte» y que sus motivos tomados de la cultura popular, por muy lúdicos y populacheros que pudieran parecer, consistían todos ellos en escalar las cumbres artísticas. Incluso Warhol decía que la apariencia popular y el encanto del pop art tendían a atraer a «las personas equivocadas», a la gente incapaz de comprenderlo como arte.

Lo que enojaba a los detractores de Los Ángeles no era que Warhol hubiera representado latas de sopa como cualquier pintor de carteles podría hacer, sino que se hubiera creado el marco para considerarlas arte. Un crítico local no se reprimía: «Este joven "artista" —repárese en las irónicas comillas— es un bobalicón o un testarudo charlatán». ¿Cabía algo aún más cruel? Llegó a deformar el apellido de Warhol terminándolo con la palabra *hole* (agujero): «Andy Warhole».

Otros detractores preferían la mofa. Cuando se inauguró la muestra de la Ferus como parte del multitudinario «paseo del arte del lunes» que se celebraba en La Cienega Boulevard, una de las otras galerías destacadas de la calle llenó su escaparate con una pirámide de latas reales de Campbell's. Un letrero rezaba: NO SE DEJE ENGAÑAR. CONSIGA EL ORIGINAL . TENEMOS EL PRECIO MÁS BAJO: 2 A 33 CENT.

El «estúpido» crítico local al que alude Blum optó por una burla similar. En primer lugar consiguió que el marchante le ofreciera una seria evaluación de los cuadros de Warhol, que «reintroducen el tema de una manera muy fresca y novedosa [… con] una aterradora intensidad kafkiana», y a continuación fingió hallar las mismas cualidades en las latas reales del escaparate de esa misma calle. Un humorista gráfico siguió el ejemplo, mostrando a un *beatnik* de la Ferus que proclamaba que «la crema de espárragos no me dice nada, pero la intensidad aterradora del pollo con fideos me provoca un auténtico sentimiento zen».

Parece como si la «reintroducción del tema» a la que se había referido Blum cegara a la mayoría de las personas ante el hecho de

que hubiese algo más implicado en las obras que el tema en sí. Los lienzos de Warhol se confundían sistemáticamente con las latas que mostraban, cuando en realidad no podían ser más diferentes. Si nuestro artista hubiera deseado de veras imitar la fabricación en serie, podría haber hecho tres docenas de latas de sopa de tomate perfectamente idénticas y habría evitado las marcas reveladoras de pintura a mano que había optado por dejar. En vez de ello, al igual que sus cuadros de dólares, las *Latas de sopa* mostraban laboriosa y ostensiblemente que se hacían a mano. Warhol había tomado toda suerte de decisiones sobre cómo debía plasmarse la hojalata del producto (con la misma pintura metálica que Jackson Pollock había hecho famosa), cómo debería ser su etiqueta (igual que algo rotulado por un modesto pintor de carteles) y cuánto debería ampliarse (a tamaño retrato, como el propio Warhol le sugiriera a Hopps). El mismo crítico británico que acuñó el término «pop art» se había referido con anterioridad a la pintura a mano de nuestro artista como un «elemento sumamente personalizante tras la máscara de la impersonalidad que el objeto en sí presenta». (El mundo vería pronto esa misma máscara en el artista). Había descrito asimismo una *Lata de sopa* de Warhol como «un objeto encontrado hecho a mano», lo cual sigue siendo hoy una inteligente apreciación.

Otro crítico, que escribía en la novedosa y ambiciosa revista *Artforum*, se remontó a la cultura romana en busca de un modelo y describía las *Latas de sopa* de Warhol como los lares de los hogares estadounidenses modernos. Se percató asimismo de la tierna retrospección *camp* de los cuadros, y citó su evocación del «color crema de los años treinta […] cuando "la buena sopa caliente" era nuestro sustento». La muestra se le antojaba «una llamada nostálgica al regreso a la naturaleza», después, claro está, del arte desnaturalizado del expresionismo abstracto. A decir verdad, esta lectura no está a años luz de otra interpretación de la serie que, según Blum, provenía del propio Warhol: en un futuro en el que Campbell's fabricaría cincuenta o cien clases de sopa, aseguraba, los treinta y dos sabores de 1962 provocarían por sí mismos nostalgia. «Así pues, de alguna manera marca una época».

Con sus *Sopas Campbell's*, Warhol había logrado un equilibrio perfecto y delicado entre lo totalmente icónico y lo completamente ordinario. Las marcas Coca-Cola y Pepsi, con las que había estado haciendo variaciones con anterioridad, habían sido asimismo icónicas, pero también habían estado demasiado presentes en las noticias, incluso en las de la moda, para constituir la clase de temas neutrales de verdad que su mejor arte de aquel momento reclamaba. En lo que fue la mayor campaña de refrescos de todos los tiempos de la publicidad neoyorquina, Pepsi había alardeado recientemente de «una

botella tan bonita que los museos de arte están tras ella». También destinaba el dinero de marketing a eventos artísticos reales, incluido «el concurso de arte más elaborado y mejor pagado del país», que resultó aterrizar en el Carnegie Institute cuando Warhol estaba dibujando allí en sus años mozos, y fue tachado de comercial por su profesor Balcomb Greene. Por su parte, Coca-Cola tenía una de las estrategias publicitarias más caras y agresivas, apostando por un nuevo uso «de la fotografía de alta calidad frente al uso de las técnicas artísticas». Y luego estaba la sopa Campbell's, que era sencillamente…, en fin, la sopa Campbell's, tan presente en tantas cocinas estadounidenses que la gente apenas advertía su presencia, hasta que apareció un tal Andy Warhol.

El actor Dennis Hopper recordaba el momento en que su buen amigo Blum le mostró por primera vez una *Lata de sopa* de Warhol en una diapositiva: «Empecé a dar saltos de alegría diciendo: "¡Eso es, eso es!". Y él preguntó: "¿Eso es qué?". Y yo contesté: "Eso es un regreso a la realidad"». Hopper ya no se dedicaba al cine y aún no había empezado a hacer fotos; no obstante, casado con la adinerada Brooke Hayward, era capaz de pasar del dicho al hecho. Tal como ella cuenta la historia, Hopper llevó el cuadro que acababa de comprarle a Blum al hospital en el que su mujer acababa de dar a luz. «¿Una lata de sopa Campbell's? ¿Qué vamos a hacer con ella, ponerla en la cocina?», preguntó. De eso nada, respondió Hopper: «Es un cuadro muy importante; vamos a colgarlo en el salón».

Hopper, que se consideraba un entendido en lo contemporáneo, había detectado los vínculos de Warhol con una vanguardia establecida. Al proponer toda una serie completa de obras prácticamente idénticas, nuestro artista se estaba alineando con Yves Klein, su más audaz predecesor, cuyas paredes llenas de cuadros azules casi exactos le habían valido titulares (y carcajadas). También estaba apuntando hacia los cuadros radicales de Robert Rauschenberg titulados *Factum*: dos lienzos a base de collages y audaces pinceladas exhibidos por la galería Castelli en 1958 que, de entrada, parecían efusiones espontáneas del alma del artista, hasta que te percatabas de que eran prácticamente idénticos hasta el mínimo detalle. El propio Marcel Duchamp subrayaba este trasfondo conceptual en las *Sopas Campbell's* de Warhol, vinculándolas con ideas radicales que él llevaba promoviendo casi cincuenta años: «Si coges una lata de sopa Campbell's y la repites cincuenta veces, no estás interesado en la imagen retiniana —decía—. Lo que te interesa es el concepto que supone colocar cincuenta latas de sopa Campbell's en un lienzo».

Como de costumbre, sin embargo, el radicalismo de Warhol estaba ligado a una alta cultura más antigua: sus repeticiones sitúan su exposición en la Ferus junto a la tradición del tema y las variaciones

en la cultura occidental. Las treinta y dos sopas habrían rimado con las treinta y dos *Variaciones Goldberg*, de Bach, uno de los compositores favoritos de Warhol; las variaciones habían llegado a ser de escucha indispensable entre los espíritus cultivados.

Pese a la nota de Blum a Warhol sobre las ventas decepcionantes, el marchante había hecho en realidad un gran trabajo distribuyendo los cuadros. Hopper y otro coleccionista local compraron y se llevaron a casa pinturas, y Blum tenía otros cuatro clientes que reservaron obras. Seis ventas mientras la exposición seguía abierta no estaba mal, y menos de cuadros novedosos y radicales en un estilo desconocido y extrañamente repetitivo, y por un artista de nombre nada conocido y sin vínculos locales. Pero Blum no tardó en tener otra idea para vender la serie, que estaba empezando a considerar una obra maestra: había llegado a la convicción de que debía mantener juntos los treinta y dos cuadros adquiriéndolos él mismo. Cuando el marchante llamó a Warhol para discutir esa idea, la respuesta que recibió fue: «Eso me encantaría, pues fueron concebidos como una serie». Antes de terminar todas las *Latas de sopa*, nuestro artista ya le había comentado a un coleccionista neoyorquino que las había concebido como una pintura gigantesca. Blum le dijo que había engatusado a los seis clientes que habían adquirido o tenían reservados sus Warhol para que renunciaran a ellos, y logró así quedarse con los treinta y dos cuadros. Y acto seguido cameló a Warhol para que aceptara mil dólares por ellos.

Joseph Helman, socio comercial de Blum en las décadas siguientes, conocía una versión diferente de la historia. Decía haber estado presente un día en que el artista y el marchante estaban recordando aquel estreno en la Ferus, y comentaba que Warhol solamente había accedido a exponer en la lejana ciudad de Los Ángeles cuando Blum le garantizó el precio de la venta completa. Ese dato lo corrobora una frase de la carta que este le envió a mediados de julio, en la que le indicaba que debería esperar un cheque de tres mil dólares, que habría sido la parte que le correspondía al artista de los treinta y dos cuadros vendidos al precio anunciado de doscientos dólares, menos los descuentos habituales aplicados a ciertos clientes.

Por lo que Helman recuerda de la historia que contaron en los años setenta, Blum había telefoneado a Warhol al cierre de la exposición con la noticia de que solo media docena de obras habían encontrado compradores. «Es una lástima», habría replicado el artista antes de exigir el pago íntegro. Después de un acalorado regateo habrían convenido mil dólares —existe una factura que lo prueba— pagaderos por Blum en diez mensualidades. Cada una de ellas resultó ser casi el

doble del alquiler mensual del marchante de nuevo cuño. El total por los treinta y dos cuadros también era poco menos de lo que Blum aceptó pagar a los pocos meses por un solo cuadro de sopa de Warhol de 1961, lo cual demostraba que creía mucho en aquel arte.

El perspicaz Blum se había percatado desde el principio de que su mejor oportunidad de ganar mucho dinero como marchante pasaba por invertir en las mejores obras de sus artistas. En 1996 hizo una pequeña fortuna cuando el MoMA pagó quince millones de dólares por esas treinta y dos *Sopas Campbell's* que a él le habían costado mil dólares en total. Hoy podrían estar valoradas en quinientos millones. En 1982, un prominente comisario de arte describía ya la serie como «la mayor imagen de la pintura tal como la conocemos».

El propio Warhol sabía que las *Latas de sopa* eran su obra maestra. Cuando contactaron con él a propósito de una retrospectiva londinense de su pop art en 1968, su primer instinto fue llenar toda la muestra únicamente con esos primeros cuadros de la Ferus.

Buenas noticias para Andy Warhol: la primera crítica de la exposición en la Ferus que le había enviado Blum, por mala que fuese, había anunciado el importante hecho de que «estaba programada su inclusión en el elenco estelar neoyorquino de la galería Martha Jackson». Ello significaba pasar a codearse con gigantes de la posguerra de la talla de Willem de Kooning y Adolph Gottlieb, y estrellas más recientes como Claes Oldenburg y Jim Dine. Y luego llegaron las malas noticias: casi en el momento exacto en que Blum le había hablado de la «espectacular» atención que estaba acaparando en Los Ángeles, Warhol recibió una larga carta firmada por la propia Martha Jackson cancelando la exposición que habían programado para diciembre. Decía que no le quedaba elección, pese a lo mucho que le gustaba Warhol y las obras que había tenido de este. (Se trataba de una mentirijilla, pues en realidad se había plegado a los gustos de su ayudante, John Weber). «Dado que esta galería está dedicada a artistas de una generación anterior, creo que ahora debo respaldar sus continuos esfuerzos, en lugar de crear confusión empezando a exhibir el dadaísmo contemporáneo —escribió—. La introducción de sus cuadros ya ha tenido repercusiones muy negativas para nosotros». Es posible que Warhol viera algún tipo de cumplido en esta lectura del radicalismo de su obra. (Jackson le decía que interpretase esas repercusiones de las que hablaba como una «buena señal» para su arte). Pero eso no podría haber pesado más que su enorme decepción. Aun así, Jackson no rompía todos los lazos: la galería todavía seguía exhibiendo algunas obras de Warhol a finales de septiembre. Pero el artista parecía destinado a llamar una vez más a las puertas de los

marchantes, como si regresase a sus primeros años en Nueva York.

Hubo negociaciones prometedoras con la Castelli, pero no llegaron a buen puerto. Y entonces Emile de Antonio acudió al rescate. Llevaba alrededor de un año intentando reunir a Warhol con Eleanor Ward, una exnovia suya y propietaria de la prestigiosa galería Stable, pero esta no había dado muchas muestras de interés, incluso después de que nuestro artista la agasajase con vino y *goulash*. Ahora que la rival de Ward, Martha Jackson, había abandonado el barco, De Antonio intentó de nuevo introducir a Warhol en el elenco de la Stable:

> Eleanor y yo quedamos en casa de Andy a una hora propicia para beber, las seis de la tarde, y ambos estábamos como cubas. Entonces dije: «Vamos, Eleanor. Al fin y al cabo, el objetivo de esta reunión es saber si le vas a ofrecer a Andy una exposición o no, porque es muy bueno y debería exponer». Ella estaba muy borracha. Sacó su cartera y se le cayó todo lo que contenía. Cogió un billete de dos dólares y dijo: «Andy, si me pintas un billete de dos dólares, te conseguiré una exposición». Y supongo que lo hizo.

La versión de Ward de la misma visita omite el nuevo cuadro del billete, así como a su examante, y la presenta simplemente «fascinada» y «estupefacta» por las obras exhibidas. «Le dije: "Andy, por un milagro, tengo noviembre disponible, que, como sabes, es el mejor mes del año, y le ofrecí: "Puedes exponer en noviembre". Y él contestó: "¡Guau!". Y eso fue todo».

Pero lo cierto es que eso no fue todo. El «milagro» de Ward no fue solo obra de la habitual suerte warholiana, ni de una señal divina que había exhortado en sueños a Ward para que visitase a Warhol, según dijo ella, un día mientras dormía en su casa de campo. El espacio de noviembre en la Stable estaba programado inicialmente para Alex Katz, un pintor prometedor casi pop cuya obra Warhol conocía por varias exposiciones en la Tanager, la galería cooperativa de la que no había recibido más que rechazos. Al ascender de esta a la Stable, Katz había vuelto a sacar ventaja a Warhol en el mundo de las galerías: su primera muestra en la Stable le valió un titular en *The New York Times* antes de que el arte plástico de nuestro artista consiguiera alguno. Y entonces Katz tuvo un tropiezo. En junio de 1962, justo cuando Warhol estaba enviando sus *Sopas* a la Ferus, aquel expuso algunas obras en la Martha Jackson, la rival de Ward, quien consideró la muestra una traición y la llevó a romper con él. El éxito que obtendría con Warhol en noviembre permitiría a Ward vengarse tanto de Katz como de Jackson.

Por una vez en aquella época, el mundo del arte neoyorquino había dado cabida a unas cuantas marchantes prominentes, conocidas entre los hombres amenazados de la escena como las «cinco doncellas menopáusicas». Ward, miembro de la alta burguesía neoyorquina, se

había distinguido sobre todo como una persona dotada de un gusto excelente y notablemente riguroso. Desde 1952, los «anuarios» de la Stable habían pasado revista a los artistas más importantes de la ciudad, en un principio entre los expresionistas abstractos —incluido Balcomb Greene, el profesor de Warhol—, para luego ocuparse de los nuevos talentos del protopop tales como Larry Rivers, Marisol y el ídolo de nuestro artista, Rauschenberg, a quien Ward llegaría a ofrecer una exposición en solitario. (También él vivió el infierno de ser su conserje). Stuart Preston, el crítico de *The New York Times* que había sido un notable admirador y amigo de Warhol en los años cincuenta, decía que esos anuarios ofrecían «una oportunidad excepcional para los artistas jóvenes y prometedores, pequeñas olas del futuro cuyo curso es impredecible».

Warhol había estado manteniendo el contacto con las pequeñas olas de la Stable. Sus agendas registran sus visitas a la galería. La invitación de Ward para exponer allí habría sido un estupendo premio de consolación para el fracaso de las negociaciones con la Jackson y la Castelli, aunque él todavía mantenía en secreto su propuesta a finales de agosto. Al mes siguiente, sin embargo, la conexión salió a la luz, como recordaba Ward: «Jamás olvidaré la imagen de su llegada a la galería aquel septiembre, con su ropa sucia y sus deportivas gastadas con los cordones desatados, y un buen montón de lienzos enrollados bajo el brazo. “Mira quién ha llegado”, dijo».

Con su nuevo pop art, antes de poder exhibirlo.

16
1962

NACIMIENTO DE LA SERIGRAFÍA | LIZ TAYLOR Y EL BÉISBOL | «LOS NUEVOS REALISTAS» Y EL LANZAMIENTO DEL POP | MARILYN EN LA STABLE

«Hoy disponemos de medios mecánicos, y usándolos puedo llevar más arte a más gente. El arte debería ser para todos. La serigrafía es un método tan honesto como cualquier otro».

El desorden y el olor debieron de adueñarse de la casa de Warhol, casa que, durante sus siete primeras décadas de vida burguesa, había estado más al servicio de la conversación que de la creación. Aquel verano de 1962, con la inminente exposición en la Stable, los botes de la inocua pintura de caseína cedieron el paso a «esa repugnante tinta de serigrafía», como la llamaba un ayudante. Los refinados pinceles como los empleados por Rembrandt fueron reemplazados por rasquetas de goma propias de la industria. La limpieza diaria pasó del agua en un fregadero a las latas de Varnolene, el disolvente usado para limpiar las pantallas serigráficas que quemaba los pulmones y producía a nuestro artista «unas manchas rojas y unas llagas asquerosas», decía. Warhol acabó teniendo que poner letreros de NO FUMAR alrededor de las obras en curso para asegurarse de que los vapores no ardieran.

Había hecho un experimento tentativo de serigrafiado esa primavera, con las imágenes de billetes de dólar que había expuesto en la Green. Luego convirtió esa técnica en el nuevo centro de su nuevo arte. En cierta ocasión, cuando Nathan Gluck hubo terminado su jornada, la habitación delantera, en la que trabajaba en papel, se convirtió en el estudio de serigrafiado de su jefe; a medida que los proyectos empezaban a exigir cada vez más espacio, el salón panelado en nogal asumió esa tarea, lo que causó estragos en el parquet. «No era un trabajo fácil y era realmente sucio», decía un ayudante. (Véase el encarte en color).

Las colecciones de arte y patrimonio cultural norteamericano de Warhol, que tan solo un par de años antes habían contribuido a publicitar el refinamiento de la nueva casa, fueron desplazadas de sus estantes por el material de artes plásticas. El coleccionista se

anunciaba ahora como creador. Las estanterías destinadas a libros se llenaron de latas cuidadosamente apiladas de sopa Campbell's, zumo de piña Dole y cerveza Ballantine, no para consumo sino como la nueva utilería artística. El salón pasó a estar forrado de cuadros recién pintados, cubiertos con telas o vueltos contra la pared a la espera de la visita del mecenas adecuado. Un crítico describe haber visto «enormes rollos de lienzo teñidos de colores rosa chillón, naranja y verde como de manzana envenenada», acompañados de «colosales lienzos planos, ya impresos con imágenes serigrafiadas con tinta» que ondeaban como la colada en sus bastidores provisionales.

El serigrafiado había aparecido por primera vez en el estudio de Warhol en abril de 1962, cuando hizo una portada de disco para RCA que incluía una fotografía de alto contraste del músico de jazz Paul Desmond, que sería el punto de partida de los centenares de rostros serigrafiados que produciría en lo sucesivo. Al cabo de unas seis semanas, si el matasellos de una carta de Irving Blum es correcto, Warhol volvió a transferir una idea comercial al terreno de las artes plásticas. Encontró una foto promocional cualquiera de la cabeza de Liz Taylor y la envió para que fuese ampliada y transferida a la seda de una pantalla de impresión, que se convirtió en una especie de cliché fotográfico. Cuando recibió la pantalla unos días después, con su seda tensada a través de un pesado bastidor, Warhol la presionó contra un lienzo que había pintado de plata y la tendió sobre el suelo —nada de caballete a la antigua usanza para este radical de nuevo cuño—, y luego le pasó una regleta con tinta negra, que atravesó los poros del tejido. Utilizando como guía esta primera imagen de Liz, pintó de color rosa la piel de su cara, de rojo sus labios y de verde el maquillaje de sus párpados. Acto seguido volvió a cubrir de negro esos tonos sobre su cara. Esta rudimentaria transferencia a un fino lienzo de una foto barata de Liz convirtió el rostro pintado de un ser humano, con sus potentes evocaciones y vínculos con el gran arte, en algo tan «sobrio, sombrío, contundente y en blanco» como cualquier producto consumible, que era precisamente lo que la maquinaria mediática hollywoodiense había hecho con la actriz. Pero tal vez la comparación relevante sea aún más directa: Liz se plasma en su lienzo igual que los billetes verdes dibujados a mano se habían plasmado en las primeras serigrafías de Warhol, de suerte que la actriz se ha convertido ahora en una mercancía perfectamente fungible.

Incluso con anterioridad, o al menos eso aseguraba Warhol en los años ochenta, había probado el mismo truco con una foto en acción de Roger Maris, un jugador de béisbol que poco tiempo antes había batido récords. (Es probable que para ello nuestro artista se inspirase una vez más en Rauschenberg, quien había hecho un collage con una foto de béisbol en una de sus pinturas «combinadas», que hacía poco

se habían expuesto en el MoMA). En esta ocasión, en homenaje al movimiento del protagonista de la imagen, Warhol movió una y otra vez la pantalla y pasó la regleta sobre ella reiteradamente hasta que su único lienzo quedó cubierto por treinta y seis Marises. La repetición evoca los fotogramas de una tira de película cinematográfica, antes de que Warhol hubiera filmado alguna siquiera. El acto de serigrafiar tantas veces la misma pieza de carne humana sugiere una atención especial, incluso una caricia, y no poca ironía el hecho de saber que esta clase de atención propia del aficionado a los deportes provenía en realidad de un artista tan poco atlético, tan poco varonil y tan deliberadamente afeminado como Warhol. Una década después, una empresa de equipos estereofónicos utilizaría la falta de destrezas deportivas de nuestro artista para vender sus productos de alta gama como hiperrefinados y, por ende, elitistas: «Andy Warhol no juega como segunda base para los Chicago Cubs. Ni siquiera sabe quién juega», rezaba la copia de una foto suya. En los albores de su campaña serigráfica, el cuadro de béisbol nos permite observar cómo Warhol comienza a convertir el texto gay de sus exposiciones de los años cincuenta en un poderoso subtexto para el pop.

Como siempre han gustado de señalar los admiradores más inteligentes de Warhol, al trabajar a partir de fotos de estrellas de cine y atletas no se estaba limitando a tomar prestados los personajes más famosos de la cultura popular; también estaba usando el medio fotográfico que difundía la fama de todos ellos. Esto significa que sus cuadros versaban tanto sobre el poder de las fotografías como sobre las personas y los iconos poderosos. Rauschenberg se le había adelantado en unos cuantos años cuando empleó un fluido más ligero para transferir pequeñas fotos de revistas a obras complejas sobre papel que incluían toda suerte de imágenes, una técnica que Warhol probó a principios de 1961 y, al parecer, halló deficiente. Sin embargo, el uso que hizo de las pantallas de impresión le permitía tomar ese elemento particular de las pretenciosas composiciones de Rauschenberg y ampliarlo hasta llenar por completo la visión del espectador. Como decía un asistente de Warhol: «A él le desagradan en particular las cosas “pretenciosamente artísticas”, que menosprecia por ser sentimentales y sensibleras. En cambio, le gustan las imágenes plásticas y limpias».

Warhol y la serigrafía pueden parecer un matrimonio de conveniencia, un mero recurso para transferir imágenes complicadas de la fuente al lienzo. Y, de hecho, las ventajas prácticas de la impresión serigráfica le habrían resultado evidentes desde sus tiempos universitarios en el Tech, donde los estudiantes recibían gran formación en ese

procedimiento. Su propia práctica comercial en los años cincuenta le habría puesto en contacto aún más directo con las pantallas de impresión, pues estas se habrían usado para producir muchos de sus tejidos y elegantes tarjetas de felicitación. Por lo general, es probable que imprimir diseños complicados como los que Warhol suministraba a sus clientes implicase fotografiar sus dibujos con película de alto contraste, ampliarlos o reducirlos en función de las necesidades y transferirlos a una pantalla para su impresión en tela o cartulina; precisamente la rutina que desplegaba en su pop art. Aunque nuestro artista gustaba de fingir que un impresor le había enseñado la técnica de la fotoserigrafía cuando fue a hacer sus *Billetes de dólar*, ese es, casi con certeza, un ejemplo más del Warhol entendido haciéndose el inocente. Cuando comenzó a emplearlas, las técnicas serigráficas no eran nuevas ni para él ni para nadie.

Artísticamente, sin embargo, había descubierto algo del todo novedoso. El serigrafiado llevaba consigo un bagaje de lo más extraño, que Warhol convirtió en arte.

La técnica había despegado a principios de siglo XX como una forma de estampar los pequeños banderines de fieltro vendidos en los partidos de béisbol y los lugares de veraneo. Con el tiempo, como explicaba un texto temprano, acabó siendo adoptada por proveedores de artículos tales como columpios para porches, escaparates, refrescos, helados, papel pintado e incluso mapas militares y señalización. (El compañero de piso de Warhol, Philip Pearlstein, se había pasado sus años de guerra serigrafiando equipamiento bélico, como seguramente Warhol había oído). Y entonces el procedimiento despegó en verdad con la llegada del supermercado estadounidense y su necesidad de enormes cantidades de carteles y materiales impresos. Un entusiasta explicaba cómo «la técnica de impresión serigráfica ha forjado un importante vínculo entre el anunciante y el público comprador […]. Llena de potencia vendedora, con sus efectos de colores brillantes y sus diseños apropiados, es una manera efectiva de cerrar ventas».

Estas evocaciones de la venta agresiva no se escapaban a Warhol y a su público cuando nuestro artista se apropió del serigrafiado para su pop art; estaba claro que su nuevo procedimiento procedía y hablaba del mismo mundo de productos enlatados y botellas de refrescos que había poblado sus primeros cuadros pop pintados a mano. Cabría decir que el serigrafiado era la sopa de tomate de las técnicas de impresión. Sus orígenes industriales parecían alejar tanto a Warhol de la tradición, según un teórico temprano del pop, que el artista podía ser acusado de «haber dejado de hacer lo que suele entenderse por una obra de arte». En 1963, una crítica afirmaba que la innovación más importante de Warhol, y acaso única, había consistido «en adaptar el procedimiento comercial y puramente mecánico de la serigrafía al

propósito de pintar sobre el lienzo». Ello demostraba que la crítica en cuestión no sabía gran cosa acerca de la profunda historia de la técnica en las artes plásticas.

Ya en los años cuarenta, cuando Warhol empezaba a aprender en qué consistía el serigrafiado, el procedimiento adoptó un segundo conjunto de significados bastante diferentes, que nada tenían que ver con sus raíces comerciales. Una década antes, en plena Gran Depresión, los artistas de la Administración para el Progreso de Obras Públicas de Roosevelt (WPA, por sus siglas en inglés) habían llevado por vez primera el procedimiento a las bellas artes, con los objetivos izquierdistas que cabe imaginar. Habían adoptado el serigrafiado para hacer carteles e impresiones destinados explícitamente a erradicar «el preciosismo y las tendencias puristas» del grabado refinado, así como a hablar —y vender— en su lugar al hombre común. No es de extrañar que Ben Shahn fuera uno de los primeros y mayores fans de la técnica. (Warhol compró una serigrafía del artista en su primer alojamiento en Lexington y la copió en sus propias ilustraciones). Es probable que estas ideas del populismo y del precio estuvieran presentes en la galería Outlines de Pittsburgh en 1942, cuando albergó una gran exposición temprana de serigrafías, que llegó justo después de una conferencia de Joseph Campbell sobre el *Finnegans Wake*, de James Joyce, y no mucho antes de una exposición colectiva con Duchamp; tal habría sido la vanguardista compañía del serigrafiado en la mente de Warhol. En 1943, nuestro artista vio una muestra de serigrafías de la WPA que parece haber absorbido su *ethos* populista. Un cuarto de siglo más tarde le diría a un entrevistador que «hoy disponemos de medios mecánicos, y usándolos puedo llevar más arte a más gente. El arte debería ser para todos […]. La serigrafía es un método tan honesto como cualquier otro».

El «descubrimiento» del serigrafiado por la WPA confirió a la técnica otra asociación que significaría mucho para Warhol y su público. La impresión de pantalla, decía un escritor de los años sesenta, «ostenta la distinción única de ser la contribución auténticamente estadounidense al campo de las bellas artes, al haber sido descubierta y desarrollada en este país por artistas estadounidenses», y la americanidad fue siempre uno de los materiales vitales del arte de Warhol.

Cuando nuestro artista llegó a la universidad, el serigrafiado había aumentado y enriquecido su bagaje mediante un cambio de nombre. Las populistas pantallas de seda anunciadas en la Outlines se habían convertido súbitamente en pretenciosas serigrafías, deseosas de ocupar su lugar junto con los grabados, los aguafuertes y los mezzotintos o grabados a media tinta en las colecciones artísticas de las élites. En el nuevo clima de posguerra, el oficio puntilloso reemplazó la política

del New Deal, y se desató la carrera para ver quién era capaz de superponer más capas de colores en una sola impresión de pantalla (o, más bien, serigrafía) o para ver qué serígrafo podía alcanzar la complejidad de los mejores pintores abstractos. El advenimiento de la serigrafía confirió a la impresión de pantalla la credibilidad como arte plástico que Warhol, sumamente preocupado en todo momento por el estatus, habría comprendido y apreciado; a principios de los años sesenta entendería asimismo que el énfasis de la serigrafía en la técnica iba en contra de todo aquello en lo que creía la vanguardia moderna. En una jugada típicamente warholiana, aprehendió las lecciones de la serigrafía haciéndolas añicos.

Tan solo el hecho de que utilizase pantallas fotográficas suponía una bofetada en la cara de la majestuosa Sociedad Nacional de Serigrafía, que había prohibido por completo la técnica basada en la fotografía: «Incluso si es éticamente permisible, apenas es estéticamente deseable», rezaba uno de sus editoriales. La mera posibilidad de que una serigrafía se basara en ese medio excluía todas las impresiones de pantalla, de cualquier índole, de la definición de «impresión original», según el Consejo de Grabados de Estados Unidos.

«Los clichés fotográficos de pantalla de seda descienden con frecuencia a la calidad de la mimeografía —escribía la Sociedad Nacional de Serigrafía—. Obviamente, por tanto, no cabe esperar que nadie experimente goce estético alguno con los productos de semejantes medios de reproducción». A menos, por supuesto, que se haya construido toda una nueva estética en torno a las copias de gama baja. El otoño en que nuestro artista estaba introduciendo el serigrafiado en su arte, andaba utilizando plantillas mimeográficas como un suministro de arte más.

El arte de Warhol de los años cincuenta, tanto plástico como comercial, se basó casi siempre en fotografías, un hecho vergonzoso que él siempre se esmeró en ocultar. En los años sesenta dejó de avergonzarse por completo de ello, y pasó a convertir esa desfachatez en una estrategia distintiva. El refinado experto en grabados que acuñó el término «serigrafía» le había otorgado asimismo la definición fija de reproducción «que el artista hacía a partir de su propio diseño y para la que el artista en sí ejecutaba las plantillas de color que la componían». En el caso de Warhol, sin embargo, un estudio cinematográfico y un fotógrafo deportivo habían suministrado los «diseños» para algunas de sus primeras pantallas, y las «plantillas», fotográficas y casi intactas por parte de nuestro artista, habían sido externalizadas a fabricantes de pantallas comerciales. Todavía en 1964, un crítico despotricaba porque «Warhol y sus compañeros exigen que revisemos los criterios de la apreciación estética, toda vez que estos artistas reivindican, a menudo con un cinismo exquisito, una

pereza conceptual y técnica en virtud de la cual prefieren los métodos de la reproducción automática a los caprichos y los aspectos tediosos de la artesanía tradicional».

Como dijo Warhol en cierta ocasión con deliberada malicia: «Me parece más fácil usar una pantalla. De este modo, no tengo que trabajar en absoluto sobre mis objetos. Uno de mis ayudantes o, para el caso, cualquier persona, puede reproducir el diseño tan bien como yo». Y entonces, por si fuera poco su agravio a la serigrafía, evitaba deliberadamente mencionar cualquier rastro de artesanía fina en su manera de utilizar las pantallas, pasando la regleta tan mal como un niño de seis años y permitiendo que sus imágenes aparecieran torcidas en el lienzo. «Salían todas diferentes, porque creo que en realidad no sabía proyectarlas», dijo Warhol en cierta ocasión, ocultando que lo hacía de forma deliberada. El meticuloso Nathan Gluck recordaba que había animado a su jefe a emplear una técnica serigráfica más pulcra, «y Andy dice: "Bueno, la verdad es que me gusta a-a-a-a-sí"».

Un novio sagaz veía el error como la fuerza motriz tras el don de Warhol:

> Una gran obra de arte es el resultado de un error. Tienes a un artista que trabaja sin parar en su proyecto y que carece por completo de glamur, y crea esta obra, que más tarde resulta ser completamente genial. Es un enorme logro que afecta al mundo entero. No sabe por qué lo hizo. Fue un error. Se tropezó con ello. Después resulta fácil continuar a partir de ahí.

Sea o no cierto esto en el caso de todos los artistas —¿es aplicable a Giotto y a Rubens?—, se trata de una premisa del genuino movimiento moderno que Warhol se tomó muy a pecho. Su adopción de la serigrafía fue un salto al vacío en una carrera repleta de dificultades, siempre como parte de una búsqueda incesante del tropezón verdaderamente productivo.

En su lucha con el serigrafiado, Warhol tenía que ganar un combate final. La técnica de la pantalla como «serigrafía» se había vinculado estrechamente al mundo de las reproducciones elegantes, más elitista tal vez que la fabricación de banderines pero sin llegar aún a la altura de la pintura y la escultura. Las reseñas de las exposiciones de serigrafías (que eran numerosas) jamás mencionaban a los artistas cuyos nombres tenían peso; hacían hincapié en el dominio de la técnica. (Una excepción fascinante era la hermana Mary Corita, la gran serígrafa que llegaría a ser una artista pop loca por Warhol y que ya en 1959 logró una cobertura a cuatro columnas por las serigrafías que estaba haciendo para la industria de la publicidad. «Publicidad: el arte de la monja es doblemente práctico», rezaba el titular de *The New York Times*). Las quejas de los grabadores de que el MoMA apenas exhibía sus obras eran alertas para Warhol: el MoMA ya lo había

rechazado en una ocasión, ¿por qué habría de ponerse de lado entonces de una disciplina que el museo menospreciaba sistemáticamente?

Warhol encontró una astuta salida, de la que fue testigo Irving Blum: «Solían decirle: "No es una pintura, es un grabado". Él respondía: "No, no, para nada. Es una pintura». Esa llegó a ser, y sigue siendo, una de las leyes fundamentales de la física warholiana: el mero hecho de estar impresas sobre el lienzo, de una en una y con una confusión superficial que evoca las pinceladas, elevaba automáticamente las serigrafías de Warhol al reino de la pintura, que todavía conservaba una posición suprema en el Parnaso.

Nuestro artista cosechó elogios por el jiu-jitsu de su paso del papel al lienzo —«como un medio técnico, y como imagen pictórica, resulta absolutamente novedoso», escribió un converso a Warhol en el *Village Voice*—, si bien existía un precedente tan profundamente enterrado en su pasado que solo una memoria como la suya podía haberlo sacado a relucir. La exposición «Serigrafías» en la galería Outlines cuando él era un adolescente había promocionado incomprensiblemente la técnica como un «medio de pintura directa». Una vez que Warhol convirtió esa ficción en realidad, sus primeros cuadros pop pintados a mano no tardaron mucho en ser relegados al desván. Decía que habían sido completamente reemplazados por las serigrafías; los estudiosos tenían que conseguir una dispensa especial para verlos.

Mientras Warhol andaba atareado preparando su muestra en solitario con Ward, le llovían otras invitaciones.

Sus amigos directores de arte en *Harper's Bazaar* tenían una fe especialmente precoz en él como artista plástico. Más tarde ese mismo verano, lo ficharon para el reportaje de su número de noviembre sobre lo último en coches, pensado como una concesión a sus anunciantes automovilísticos. No obstante, en lugar de basarse en la idea para una historia de algún escritor, el reportaje se anunciaba explícitamente como un medio encargado a propósito para «la experimentación [de Warhol] con lo común: el arte de conferir a lo familiar una suprafamiliaridad», el primer indicio que la mayoría de los lectores de la moda tendrían del pop. La revista no le pidió a Warhol que ilustrara el artículo, en ningún sentido normal, sino que le envió a un fotógrafo para que documentase una serie de lienzos cubiertos de coches, unos serigrafiados pero otros todavía pintados a mano, que se exhibían apoyados contra las paredes del estudio de su casa. De este modo, los lectores de *Bazaar* estaban siendo instruidos en que los coches de Warhol eran unas obras de arte plástico que resultaban ser de temática automovilística, más que unas ilustraciones automovilísticas que

resultaban ser obra de un artista. En los pies de foto, sus serigrafías se describían de manera cuidadosa (pero incorrecta) como «pinturas al óleo» de lujo.

El pretencioso texto que acompañaba al arte de Warhol no era nada más que un pasaje sobre las máquinas escrito un decenio atrás por un pensador francés ya fallecido. No obstante, sus frases cumplían con su cometido de elevar las imágenes del artista, contrarrestando sus dudosas conexiones con lo bajo. Acompañaban los cuadros de coches de frases como: «En un mercado anticuado, en el que ni lo estable ni lo móvil, ni lo real ni la imitación, podían encontrar su lugar apropiado, la máquina arroja sus inequívocas formas de purasangre»; un texto casi inútil como análisis automovilístico, tal vez, pero más significativo cuando consideramos que, en cuestión de meses, Warhol estaría describiendo con avidez su ambición de llegar a ser como una máquina y de hacer arte como una de ellas. Tanto él como sus cuadros aspiraron en todo momento a la alta cultura, independientemente de la bajeza de los temas que utilizara para llegar a ella; su talento residía en su capacidad de camuflar con tanta perfección esas aspiraciones. Los intérpretes de su arte podían atribuirse todo el mérito de las profundidades y alturas que descubrían en él.

Como para confirmar su prestigio, el pop art visitó por primera vez un museo ese agosto, en una exposición panorámica en el Wadsworth Atheneum de Connecticut. Se trataba de un prestigioso lugar a pocas horas de Nueva York, que se enorgullecía de ser el museo público más antiguo de Estados Unidos. La institución había contratado hacía poco a un comisario de arte apuesto y patricio llamado Sam Wagstaff, que había organizado una astuta exposición dedicada a los coleccionistas locales, entre quienes figuraban Emily y Burton Tremaine, megacoleccionistas que poseían Picassos y De Koonings, amén de nuevas obras de Yves Klein y Jasper Johns, y que se contaban entre los primerísimos admiradores de Warhol. Para la muestra en la Wadsworth, los Tremaine habían prestado a Wagstaff el enorme cuadro de una lata de sopa, sin goteo y de contornos nítidos, pero sus glorias no impidieron que el comisario tuviera unas dudas casi ontológicas acerca de todo el experimento del pop art: «Ni yo mismo estoy convencido de que esto sea pintura. Pero existe. Aquí está. No podemos ignorar a estas personas. Sus comentarios son dignos de mención», declaró en una entrevista en el periódico de Hartford que incluye uno de los primeros empleos del término «pop art».

Las dudas de Wagstaff no impidieron que Warhol visitara la exposición la semana siguiente, en compañía del prometedor crítico de arte Jack Kroll. (Él siempre estaba encantado de romper el muro ético entre artista y crítico, y Kroll escribiría posteriormente una serie de elogios). «Caro: viaje, cena, almuerzo, más de veinticinco dólares»,

reza la entrada correspondiente a la visita en la agenda de Warhol, que menciona la compañía de Roy Lichtenstein, otro beneficiario de la generosidad de los Tremaine.

Warhol estaba —o se estaba esforzando en estar— inmerso en la red social del pop art. Una carta que recibió del poeta y crítico John Ashbery muestra que el escritor veía al pintor de su nuevo amigo como el conducto ideal hacia todas las demás estrellas de nuevo cuño del pop art. Al menos al principio, una buena camaradería se consideraba esencial para el carácter extraordinariamente no atormentado del movimiento y sus artistas: «Tienen una especie de concordia y amistad [...]. En cierto sentido representan una clase diferente de personalidad en su conducta social».

Unos días después de regresar de Connecticut, Warhol leería la elogiosa reseña de la muestra del Atheneum de su amigo Stuart Preston, que incluía el primer reportaje de *The New York Times* sobre su nuevo arte plástico. Preston decía que los cuadros de Campbell's «recalcaban la idea de la maravillosa civilización prefabricada del mundo moderno y sus espantosos residuos de latas. No se trata de meros episodios rebeldes, sino de grandes pasos hacia el arte socialmente relevante». Muchas de las primeras reacciones al pop de Warhol lo interpretan como una crítica mordaz, como si la radicalidad artística de la obra sazonase automáticamente sus ideas políticas. Por el mero hecho de declararse arte moderno superior, se oponía asimismo a los anuncios y demás productos «bajos» de la cultura comercial. A medida que el pop se iba haciendo familiar, sus declaraciones parecían ir simpatizando más con el *statu quo*.

Al mismo tiempo que la exposición en el museo de Hartford estaba despertando interés, ofrecieron a Warhol espacio en una muestra colectiva más notable todavía en Nueva York. Se inauguraría el último día de octubre en la galería Sidney Janis, que estaba empatada en prestigio con la Stable. Una guía de Nueva York destacaba «la Sidney Janis (muy vanguardista) y la Stable (también sumamente vanguardista)» como las galerías a las que había que seguir la pista en ese momento.

«Querido Warhol —rezaba una nota que Janis le envió a finales de agosto—: He disfrutado de mi visita. ¡Su obra es muy emocionante!». Y luego, en una posdata añadía: «Para el catálogo: ¿cómo escribimos su nombre, Andy o Andrew?». Todavía habrían de transcurrir varios meses para que «Andy» y «Warhol» se convirtiesen en una pareja cultural indisoluble.

La galería de Janis era conocida sobre todo por su gran apoyo al expresionismo abstracto; un crítico la declaró «el principal emporio del arte abstracto estadounidense». Por tanto, resultaba chocante que aquel otoño albergara una exposición titulada «Los nuevos realistas:

una exhibición de pinturas y esculturas fácticas». La muestra «sacudió el mundo artístico neoyorquino con la fuerza de un terremoto. Al cabo de una semana, los temblores se habían propagado hasta los centros artísticos de todo el país», decía *The New Yorker*, antes incluso de que «Los nuevos realistas» cerrase sus puertas. El propio Janis publicó una nota donde subrayaba la extrema novedad de las obras —un magnífico punto a favor en ese momento del mercado del arte— y describía incluso a Rivers y a Rauschenberg como ya un pelín anticuados, y no lo suficiente «fácticos», para haber sido invitados. Como concluía Janis: «El largo silencio enojado del dadaísmo ha terminado, renacido con el próspero clamor de una nueva generación».

La exhibición incluía de todo, desde una esponja pintada de azul de Yves Klein hasta un conductor de autobús de yeso de George Segal. Pero lo que más atención recibió fueron las contribuciones genuinamente pop de la muestra procedentes de Oldenbug, Lichtenstein y sus colegas de mayor o menor fama. Había un gran cuadro de una etiqueta de Coca-Cola… que no era de Warhol. Y otra obra que representaba una caja de Brillo… y que tampoco era de Warhol. No obstante, las contribuciones de nuestro artista eran lo mejor de él.

Expuso dos lienzos de *Sopa Campbell's*, un tema que ya por entonces parecía llamado a convertirse en el distintivo warholiano. Ese mismo mes, un titular de periódico, de Kansas City nada menos, ya había preguntado: «¿Por qué camino va el arte moderno? Aguanta la respiración y contempla las latas de sopa».

Uno de los cuadros de Campbell's de Warhol expuestos en la Janis era un enorme lienzo, tal alto como un hombre, de una lata de sopa de fideos con ternera. Nuestro artista se aseguró de fechar la obra en 1960, casi con certeza una mentira que posicionaba el cuadro como el más antiguo de toda la muestra y, por ende, como el progenitor del resto. Un año más tarde, la prestigiosa revista *Show* escogió esa pintura como el artículo definitivo y más actual en su lista de objetos icónicos que habían determinado «el aspecto de las cosas» a lo largo de los cincuenta años anteriores. El otro cuadro de Campbell's de Warhol expuesto en la Janis mostraba doscientas latas de sopa en infinidad de sabores y dispuestas en filas apretadas, captando así precisamente las compactas paredes de sopas que cubrían los pasillos de los supermercados. No mucho antes de que Warhol se mudase a la parte alta de Lexington Avenue, frente a la tienda Finast, *The New York Magazine* publicó un ensayo sobre el nuevo fenómeno del hipermercado estadounidense, «un símbolo llamativo de la vida norteamericana que la gente mira boquiabierta, con fascinación». Esas tiendas, decía el artículo, llegaban a más personas que «las escuelas,

las iglesias, las películas o cualquier otra influencia, exceptuando los periódicos y la televisión». ¿Cómo podía resistirse Warhol a subirse a ese carro?

En sus páginas de arte, *The New York Times* dedicaba a «Los nuevos realistas» la primera de sus numerosas reseñas, una crítica más o menos elogiosa, pues definía la obra como «alegre, mala y triste, y puede que una moda pasajera. Pero es bienvenida». John Ashbery había escrito en el catálogo de la Janis que este nuevo arte marcaba un «continuo esfuerzo por enfrentarse al vacío de la vida moderna industrializada», y las dos críticas de la muestra aparecidas en *The New York Times*, como la mayoría de las otras, interpretaban las obras como un ataque punzante contra la «pobreza espiritual» de la cultura de masas, ese «erial de gigantescas vallas publicitarias».

Warhol era uno de los cinco artistas mencionados por su nombre en *The New York Times* —no recibió ninguna cobertura en unas pocas de las otras reseñas—, donde uno de sus cuadros titulado *Fox Trot* se describía y se menospreciaba como una obra «astuta» que «llama la atención». De hecho era profundamente inventivo y profético.

Warhol se había apropiado de un diagrama con pasos de baile de un libro para aprender bailes de salón. Lo amplió sobre un gran lienzo extendido boca arriba en el suelo. El tema invocaba obviamente su encaprichamiento innato con el baile y el lugar que este ocupaba en la cultura homosexual. Dado que el cuadro no incluye los pasos de foxtrot de la mujer y que los del hombre se representan en varios momentos temporales, da la impresión de una multitud de bailarines varones, como aquella embarazosa noche en que Warhol y su cita habían dado vueltas bajo una palmera de plástico en un club gay. (Nuestro artista había presentado en realidad un dibujo de hombres bailando el vals para un artículo de *Dance Magazine* titulado «Too Many Boys»). El diagrama impreso original en el que estaba basado *Fox Trot* llevaba incluso la leyenda «The Double Twinkle—Man», y es posible que Warhol se deleitara en esa evocación privada de la homosexualidad. Eliminó ese texto cuando amplió la página del libro sobre el espacio público de su lienzo.

El cuadro hacía una clara referencia a la famosa costumbre del goteo en horizontal de Pollock mientras este bailaba alrededor de sus lienzos. También hacía un guiño al infame *Monograma* de Rauschenberg, el montaje que este había expuesto en la Castelli en 1959: su cabra disecada sobre un cuadro tendido en el suelo como el de nuestro artista. Como una caja tumbada boca arriba, el *Diagrama de baile* era, asimismo, un análogo cercano a la losa minimalista colocada en el suelo delante del cuadro de los dólares de Warhol aquella primavera, cuando el pop art de este se había exhibido públicamente por primera vez. A lo largo de su carrera, nuestro artista casi siempre

tenía estos detalles para con los entendidos, deseosos en todo momento de jugar a descubrir los precedentes.

Los visitantes más convencionales de la muestra de la Janis llegaban a sentir el efecto instantáneo que la obra producía en su cuerpo. Hasta el día de hoy, una vez que los espectadores asimilan el *Diagrama* de Warhol, con sus huellas y flechas que muestran adónde deberían moverse a continuación los pies del bailarín, no pueden resistirse a intentar emular esos mismos pasos. De hecho, cuando se expuso por primera vez, el cuadro iba acompañado de instrucciones para que los espectadores se quitaran los zapatos y recrearan sus pasos justo encima del cristal que protegía la pintura. Conectando con la tendencia más vanguardista de su momento, el *Diagrama* de Warhol desencadenaba un *happening* instantáneo, en el que el arte y el público se fundían en una unidad activa. (En abril había recortado cuidadosamente un artículo de *The New York Times* titulado «"In" Audience Sees Girl Doused: What Happened? A Happening» [«El público más a la última ve una chica empapada: ¿qué ha ocurrido? Un *happening*»]).

El cuadro del baile anticipa incluso las radicales obras conceptuales que llegarían a estar muy en boga hacia finales de los años sesenta, y que aspiraban a reemplazar los objetos artísticos reales por un conjunto de instrucciones para crearlos. El propio Warhol había hecho en realidad su primera versión de un diagrama de pasos de baile en un anuncio de calzado que había publicado cuatro años antes, con sus iniciales orgullosamente plasmadas bajo uno de los zapatos de danza.

Warhol no pudo haberse quedado satisfecho con la media frase que le dedicaba la extensa y perspicaz reseña de la exposición de la Janis aparecida en *The New Yorker*, el más prestigioso de los jurados. No obstante, debió de haber sentido el espíritu que la guiaba cuando el artículo declaraba que «la impersonalidad de las producciones de los departamentos de arte de las agencias publicitarias» estaba en la raíz de todas las obras de la Janis. «Son completamente cerebrales —escribía el crítico—, la mano del artista no participa en la evolución de la obra, sino que es la mera ejecutora de la orden del hombre que tiene las ideas, si bien en este caso el propio artista es el hombre de las ideas. Tampoco está el yo del artista implicado en el proceso de creación».

Esa última noción se había explicitado en el más audaz de los cuatro hitos de Warhol en la Janis aquel otoño, casi todos completados en los primeros meses del año. (Eleanor Ward reservaría las obras de nuestro artista más recientes para la muestra individual que inauguró la semana siguiente). Para un cuadro titulado *Hazlo tú mismo*, Warhol amplió una especie de imagen para colorear siguiendo los números, que venía incluida en un popular juego de lápices de color. Cada área

en blanco de la hoja original llevaba impreso un número en negro, de modo que podías colorearla con el lápiz numerado correspondiente. Para su lienzo, que llenaba la pared, Warhol se había limitado a ampliar el dibujo original de un parterre de flores completándolo con sus números y luego había rellenado con pintura algunas de sus secciones.

Las imágenes para colorear siguiendo los números llevaban precisamente una década apareciendo en las noticias como una moda tremenda cuando Warhol pintó su cuadro. Ya había experimentando con ella en un escaparate de Bonwit Teller el otoño anterior, y era asimismo la pesadilla de las élites. «La pintura siguiendo los números […] es sofocante e inhibidora. Al extender la influencia estandarizadora de la máquina a sus actividades de ocio, el individuo fácil de engañar aplasta su deseo originario de autoexpresión creativa», decía un crítico muy enojado. Al adoptar en ese preciso momento la modalidad artística democrática y demótica de la pintura siguiendo los números, Warhol no podía haber hallado una manera más perfecta de atormentar a los propios líderes de pensamiento a quienes la Janis mostraba y vendía su arte. Por la época de la exposición de «Los nuevos realistas», Duchamp le contó a un entrevistador que la única manera que quedaba para impactar al público del arte amante de lo escandaloso podría ser mostrar «pinturas de calendario» de chicas bonitas o hermosos paisajes. Podría haber mencionado con la misma facilidad la pintura siguiendo los números.

Warhol no estaba satisfecho siquiera con pedir a quienes contemplaban su cuadro que lo pintaran ellos mismos, estrategia que solo utilizó como un ingenioso tema del arte elevado hecho a mano y con esmero. Por el contrario, respetaba escrupulosamente los números y los colores de los juegos que había comprado, cediendo así el control que tanto había importado hasta entonces en casi todo el arte, exceptuando tal vez algunas creaciones de sus héroes John Cage y Marcel Duchamp en un par de obras dadaístas. Sin duda Warhol no pasó por alto las obras basadas en el azar exhibidas en la histórica exposición «Dadá internacional» que Duchamp había organizado para la Janis en 1953. Incluían un collage abstracto cuyas piezas habían sido lanzadas al aire y luego pegadas donde habían caído. De hecho, las obras de la exposición de «Los nuevos realistas» fueron interpretadas básicamente por los críticos como una suerte de actualización del arte de la anterior muestra de la Janis, y un crítico hizo especial hincapié en su mutuo carácter azaroso. El propio Duchamp definía el pop como «solo una “segunda vuelta” del dadaísmo».

El cuadro *Hazlo tú mismo* señalaba justamente lo mucho que llegaría Warhol a abandonar su ego de artista, un paso ya insinuado en el

título mismo, que eligió sobre el más evidente *Píntalo siguiendo los números*. Es probable que hubiese comprado el juego original de colores como un regalo para sus sobrinos en edad escolar, que estaban de visita ese verano —los cuales siempre contaban con que el dulce tío Andy les compraría juguetes y regalos divertidos—, pero una vez que a Warhol se le ocurrió la idea de ampliarlo en un lienzo, dejó de ser un juguete. En lugar de ello, había recurrido a los propios niños para que lo rellenaran con colores como una obra de arte. «Decía: "Toma, pinta esto con este color", o te preguntaba qué color te gustaría y tú lo pintabas durante un buen par de horas, y cuando acababas decía: "Eso es". El cuadro estaba a medio terminar, pero a él le gustaba y así lo presentaría», contaba su sobrino George Warhola.

La obra de Warhol era verdaderamente un «hazlo tú mismo» (o, más bien, «hacedlo vosotros mismos») y también un auténtico cuadro de arte marginal hecho por niños, como los que se había limitado a imitar en las vallas publicitarias de sus escaparates y en los folletos autoeditados (que también le habían ayudado a colorear sus sobrinos).

Si los legos se quejaban otra vez de que un niño de seis años pudiera hacer arte moderno, Warhol, un provocador que siempre fingía ponerse del lado de la gente, estaba encantado de demostrar que tenían razón. Cuando vieron por primera vez su pop art, sus amigos más cultivados de la escena homosexual de los años cincuenta se sintieron horrorizados ante esa exhibición de su «ignorancia» del arte de la pintura.

La exposición de la Janis dividió por la mitad a su comunidad, de suerte que artistas, coleccionistas y críticos se alineaban a uno u otro lado del pop. Incluso uno de los fundadores del dadaísmo se mostró desesperado ante sus herederos:

> ¿Cómo puedo yo juzgar sus obras? Descubro inmediatamente que no existe ningún punto de referencia ni ningún marco desde el que pueda juzgar la calidad de este arte, no arte o antiarte […]. Se trata de un desafío para el hombre mismo en cuanto persona creativa. Estos objetos expresan una profunda duda acerca de la capacidad del hombre para comunicar cualquier cosa, excepto su propio fracaso como creador […]. A través del completo aburrimiento que profesa, no hay protesta ni ingenio alguno. El público entra y sale analizándolo como el periódico de la tarde. Nadie ríe, nadie llora ni nadie se enfurece. Yo diría que un supermercado es más interesante.

Los peces gordos abstraccionistas que ya figuraban en la lista de la Janis le abandonaron en masa, pero al menos unos cuantos clientes de la galería aprovecharon la idea de la llegada de un nuevo movimiento para comprar. Los Tremaine ya habían adquirido en torno a una docena de obras recién salidas del estudio de Warhol. La noche de la inauguración de «Los nuevos realistas», invitaron a un puñado de esos artistas a su apartamento de Park Avenue, rigurosamente moderno

exceptuando a sus sirvientas con cofias blancas. James Rosenquist recuerda que estaba instalado allí de mil amores con los otros artistas pop —Warhol llegó a ver un par de sus *Marilyns* en la pared—, cuando De Kooning se presentó sin previo aviso con Larry Rivers: «Burton Tremaine les detuvo en seco y dijo: "Oh, me alegro mucho de veros. Pero, por favor, en cualquier otro momento"».

En pocos años, Warhol había hallado la más sarcástica de las maneras de lamentar la muerte de la generación anterior de artistas. «Caramba, tengo este De Kooning —le dijo a un joven pionero del arte conceptual—. Pagué mucho dinero por él y ahora no vale gran cosa debido al pop art».

Querido señor Warhol:

Le adjunto un recibo de la tienda por los vasos para la fiesta que ofreció para dar a conocer su exposición a la prensa, los marchantes y los críticos. Esta carta certifica asimismo que gasté cuarenta dólares, que usted me dio, en jamón, ternera asada y papel de aluminio para la cena servida en dicha fiesta. Estas compras fueron efectuadas en Safeway y he perdido los tiques.

Atentamente,

EMILE DE ANTONIO

¿No hay algo un tanto excéntrico en la formalidad excesiva de la nota de De Antonio, fechada dos días después de la inauguración de la exposición en solitario de Warhol en la Stable? Quizá que el tono pesado estuviera destinado al recaudador de impuestos, pero también puede señalar que el afán de Warhol por irrumpir en la escena y su preocupación por el dinero se le antojase al refinado de De Antonio un tanto desprestigiado. Y tal vez lo fuese; nuestro artista no era precisamente de noble cuna.

«20 libras de jamón y 19 libras de ternera», anotó Warhol en su agenda el 6 de noviembre, el día de su inauguración en la Stable, y hay algo conmovedor en lo que dice toda esa carne acerca de su inversión emocional en el evento. Su lanzamiento con Ward señalaba su verdadera presentación como pintor en el mundo artístico neoyorquino. Estaba exhibiendo allí justo después de que su compañero Robert Indiana hubiera clausurado una exposición con todas las obras vendidas, lo cual indicaba que el pop podía haber alcanzado por fin el punto crítico en la escena de Nueva York.

Antes de su exposición en la Stable, Warhol ya había obtenido cobertura en *Time* y en *The New York Times* —incluso una mención en un reportaje sobre los invitados de moda en las fiestas—, lo cual suponía más atención de la esperada como artista pop llamativo (o vulgar). Pero a su arte, en cuanto arte, todavía le costaría granjearse el interés mediático. En septiembre, *Life* había publicado su lista de cien «jóvenes líderes del gran avance» en la que estaban Jim Dine, Chryssa

con sus cuadros de periódicos y Marisol, esa otra estrella de un solo nombre del proto pop art, pero Warhol y su obra no aparecían por ninguna parte. Ahora había llegado la oportunidad de revertir esa situación. A pesar de unas pocas críticas demoledoras —«hablando de vulgaridad, es obligado mencionar la exposición de Andy Warhol en la galería Stable»—, la muestra allí le valió sus primeros elogios importantes y considerados.

«De todos los pintores que trabajan hoy en día al servicio de —o sometidos a— una iconografía popular, Andy Warhol es probablemente el más resuelto y el más espectacular». Con esas palabras comenzaba una audaz reseña de la muestra de nuestro artista en la Stable escrita por Michael Fried, uno de los jóvenes críticos más inteligentes del panorama por aquel entonces. Su aprobación era especialmente notable, dado que este se estaba forjando una reputación como un infatigable e incluso belicoso defensor de la abstracción. En las páginas inmediatamente anteriores a su reseña sobre Warhol, había puesto por las nubes una exposición conjunta de los dos maestros del expresionismo abstracto Willem de Kooning y Barnett Newman. Y acto seguido, Fried estaba hablando de cuán profundamente conmovido se había sentido por «los hermosos y vulgares iconos desgarradores de Marilyn Monroe de Warhol […] y [su] sentimiento por lo verdaderamente humano y patético de uno de los mitos ejemplares de nuestro tiempo». (Véase el encarte en color). Para 1962, esta era una visión radical y presciente de la obra de nuestro artista, especialmente figurando en una revista cuyo propietario y editor había escrito la primera crítica demoledora de Warhol una docena de años atrás.

«Esos cuadros [pop], cuando los contemplas ahora, son elegantes de verdad —recordaba el comisario Sam Green unos quince años después —. Pero no lo eran entonces; eran simplemente groseros».

La primera exposición pop de Warhol en solitario en Nueva York no solo le hizo llamar la atención en ese momento. Sus diecisiete obras actuaban ya, y siguen actuando, como una síntesis de uno de los logros artísticos más extraordinarios de Occidente. Al cabo de aproximadamente un año de dedicación al arte plástico, eso convirtió a Warhol en un auténtico rival de todos los grandes que lo habían precedido.

Marilyn Monroe era la *dea ex machina* que lo logró por él, siendo su *machina* la pantalla de impresión. Más de la mitad de los lienzos expuestos en la Stable estaban serigrafiados con el rostro de la actriz en todos los colores, desde el azul hasta el menta y el lavanda. Y esta aparecía un centenar de veces en un par de cuadros que medían en torno a dos metros de ancho. Un vasto lienzo dorado, con una pequeña cara de Marilyn en el centro, era la obra que colmaba la vista

de los espectadores cuando atravesaban la puerta de la galería. No muy lejos de este, en el estrecho vestíbulo, había otros ocho «sabores» de la actriz, cual espíritus sirvientes. No es de extrañar que Fried viera a Marilyn como un icono: Warhol había dispuesto las cosas de tal manera que resultaba prácticamente imposible interpretarla de cualquier otra forma. En ese preciso momento, Roy Lichtenstein estaba hablando de que el pop aspiraba a la inteligibilidad universal del arte bizantino.

Semejantes ideas se hacen eco de los intereses intelectuales de Warhol, que jamás fue el prisionero de la cultura popular que su pop art parecía sugerir. Su interés en Hollywood no comienza y termina con el álbum de recortes de estrellas de cine que guardaba en su niñez. Merece la pena recordar que, cuando visitaba la galería Outlines en su adolescencia, Warhol ya había estado expuesto a los análisis de Parker Tyler, con quien trabaría amistad más adelante y que fue uno de los primeros pensadores que se tomaron en serio los largometrajes. Tyler veía las películas como una fuente de mitos modernos equiparables a los del mundo antiguo. Posteriormente, por la época en la que Warhol estaba pintando sus *Marilyns*, el artista había comprado un nuevo libro de un erudito francés que defendía la profunda significación social de las estrellas de cine y que presentaba a la actriz como un ejemplo especialmente potente del renacimiento de estas en la posguerra: «Marilyn Monroe, la apasionada vampiresa de *Niágara* […] con su sexualidad feroz y su cara enfurruñada, es el símbolo perfecto de la recuperación del sistema de estrellas». ¿Puede ser una coincidencia que la misma película que el autor menciona, de una década atrás —difícilmente el vehículo emblemático de la estrella —, proporcionara asimismo la imagen original para las *Marilyns* de Warhol?

Una casualidad histórica duplicó el peso de esos cuadros. La actriz había muerto ese agosto, como leyó Warhol en grandes titulares la mañana en que él cumplía treinta y cuatro años. Mucho después se contó que aquella noticia había desencadenado sus cuadros de la actriz, pero esa es solo otra anécdota más que se vería obligado a contar una vez que ella había muerto, fuese o no cierta. No está claro que su aparición en el arte de Warhol necesitara su muerte. Irving Blum había visto una glamurosa foto de Marilyn colgada en la casa de nuestro artista casi un año antes, cuando él ya la habría conocido como una asidua del Serendipity (cuyo propietario, Stephen Bruce, ha asegurado que fue él quien empujó a Warhol a retratarla). Dado que sus retratos serigrafiados parecen haberse iniciado con Liz Taylor, Marilyn era una evidente y casi inevitable elección del símbolo sexual siguiente, un perfecto emparejamiento para las serigrafías de Elvis Presley y Troy Donahue, también expuestas en la muestra individual

en la Stable. ¿Qué mejor lote *camp* que el joven y lozano Donahue, un primer plano de Elvis, sexy y con el ceño fruncido, y Marilyn, tan absurdamente femenina que estaba travestida todo el tiempo? Ella no necesitaba morir para hacer que funcionase ese lote.

Henry Geldzhaler llegó al extremo de presentar al propio Warhol como un personaje que se hacía pasar por el «rubio tonto» cuando se reunía con la prensa, lo que podría convertir los cuadros de Marilyn en semiautorretratos y en otro ejemplo de transgresión de género warholiana.

Incluso antes de que Warhol se hubiese dedicado a ella, Marilyn se había convertido en un referente en los primeros intentos de construir la alta cultura en torno a los gustos de las masas. Ya en 1955, la propia Martha Jackson había elegido *Marilyn Monroe* como título para un De Kooning que estaba vendiendo. En 1958, el amigo de Warhol Ray Johnson estaba pegando a la actriz en sus collages. (También se le adelantó con Elvis). Para el otoño de la exposición individual de Warhol en la Stable, ya la habían pintado otros varios artistas pop. Un par de meses después, la revista *Life* estaba escribiendo sobre el culto a Marilyn que se estaba asentando entre los poetas y los pintores, sin mención alguna de nuestro artista, todavía poco conocido a la sazón.

Así pues, no fue la decisión de Warhol de representar a Marilyn la que distinguió sus nuevos cuadros, sino la forma en que lo había hecho. Daba la impresión de que la actriz no era simplemente el tema de su arte, un elemento procesado a través de su particular visión estética, del mismo modo que Rembrandt había pintado a Betsabé o Picasso había descompuesto en cubos una guitarra, como esos artistas podrían haber hecho con cualesquiera otros temas y con un efecto artístico similar. Al igual que sucedía con las *Sopas Campbell's* de la Ferus, el tema de las últimas no pinturas de Warhol parecía ser cuanto había que ver en ellas, «enmascarando» todas las cualidades estéticas y estilísticas, como dijo un crítico. No es de extrañar que algunos tachasen de antiarte esos cuadros radicales. Cuando el color de *Marilyn* cambiaba de un lienzo a otro, se interpretaba como una variación casual en la combinación de colores como la que encontraríamos en un tejido —incluidas las telas que nuestro artista estaba diseñando—, no como el producto de una decisión artística profundamente deliberada. Tal era la visión que el propio Warhol tenía de sus primeras serigrafías, cuando había impreso una imagen tras otra en la misma extensión de lienzo para después recortarlas: «Solo estaba haciendo telas», recordaba.

Para su amigo Geldzahler, las *Marilyns* de la Stable evocaban los tonos estridentes que brillaban en los nuevos televisores en color.

El profesor de Warhol Balcomb Greene había escrito en cierta ocasión que «la fotografía moderna no tiene parangón en la eficacia

social de su historia, y su cualidad documental torna insignificante el esfuerzo del pintor social realista». Warhol había logrado su nuevo realismo conectando directamente con el poder social de la fotografía, que había intensificado luego mediante el efecto multiplicador de la pintura sobre el lienzo, convirtiéndolo en arte. Se dice con frecuencia que el serigrafiado permitió a Warhol adoptar los métodos de la reproducción masiva, pero eso es incorrecto; esa técnica le permitió representar en un cuadro la reproducción masiva que ya existía en los Estados Unidos de la posguerra, saturada de fotografías, utilizando los medios visiblemente artesanales del desordenado arte elevado. El estudioso Hal Foster ha hablado de que el pop art consiste en presentar una imagen del *Homo imago*: de los seres humanos tal como son moldeados por la realidad fotografiada que ellos mismos han creado.

El único icono warholiano ausente en la exposición de la Stable era la *Lata de sopa Campbell's*, que Warhol y Ward tal vez juzgaran demasiado conocida ya por entonces. Pero aunque la lata no llegó a exhibirse en las paredes de la galería, sí que estuvo presente en la inauguración. Los invitados recibían chapitas que llevaban impresa una lata de sopa de guisantes con el nombre de Warhol ondeando debajo en una cinta de seda roja, como las de las ferias de los condados. Un par de bebés fueron adornados con cintas aquella noche, al igual que una calabaza premiada que había llevado algún bromista.

Warhol debió de sentirse entusiasmado por la muchedumbre que abarrotaba el espacio. Allí estaban Geldzahler y Karp, por supuesto, prestando apoyo moral a su protegido. Y tampoco faltaron los marchantes Richard Bellamy y Leo Castelli, este último tan asombrado por lo que había logrado nuestro artista que comparó su éxito atronador en la Stable con el súbito triunfo de los Beatles: «Me dejó estupefacto y me sentí como un idiota por no haber confiado en él». (Ese mismo mes aseguraría haber sido el descubridor de Warhol). Acudieron la mayoría de los artistas pop, incluidos Rosenquist y Oldenburg, cuya esposa, Patty, había bordado un par de pantalones pirata en conmemoración del anfitrión. Incluso apareció Jasper Johns, lo que debió de alegrarle la noche al artista.

Un fotógrafo de la revista *Time*, el mismo que había retratado a Warhol para el reportaje de mayo, juzgó que la inauguración de la exposición tenía interés periodístico, y sus fotos muestran que los locos años sesenta estaban en camino. Warhol seguía vistiendo su traje y corbata de los cincuenta, pero su peluca había «crecido» hasta llegarle casi al cuello, confiriéndole un aire intelectual y bohemio según los estándares de esa época previa a los Beatles. Otros invitados eran menos vacilantes en su extravagancia: una chica lucía alguna clase de vestido folclórico ruso que parecía casi hippy, mientras que

otras dos lucían botas vaqueras y un exagerado abrigo de flokati; varios hombres se atrevían a llevar barba. Pero Warhol (y Ward) debieron de sentirse igualmente contentos de ver a clientes con perlas, conjuntos y abrigos de ocelote y visón. Ambos grupos acudieron después a la fiesta que Geldzhaler ofreció en nombre de Warhol, así como también algunas figuras literarias como Susan Sontag y Norman Mailer. Esa mezcla de artistas de ático y buhardilla, belleza y cerebro, homo y hetero llegaría a ser el distintivo de la vida social de Warhol en los años sesenta. Las multitudes congregadas comían ternera y jamón y bailaban el twist con discos pinchados por Karp, mientras nuestro artista, haciendo cuanto estaba en su poder para evitar ser arrinconado para conversar, se paseaba haciendo instantáneas con su Polaroid. «Llevaba siempre esa estúpida cámara y apenas hablaba», recordaba uno de los invitados a la fiesta de aquella noche.

El punto culminante de la velada de Warhol llegó cuando Ward le dio la noticia de que Philip Johnson, antiguo comisario de arte del MoMA y el arquitecto de los poderosos, había decidido pagar ochocientos dólares por la *Marilyn* dorada de la exposición. Ward no tardaría mucho tiempo en vender prácticamente el resto de la muestra —a pesar de la reciente crisis financiera y el temor en el mercado del arte—, a precios sustanciales, a un grupo de coleccionistas de lujo, a cuatro museos y también a una serie de comisarios que compraban para ellos mismos, incluidos Geldzahler y el gran Alfred Barr, del MoMA. Warhol podría haber ganado alrededor de siete mil dólares, cifra que era apenas un 10 por ciento de lo que cobraba en su mejor año como ilustrador, pero que, al fin, era un signo del mismo éxito de ventas que Lichtenstein y Rosenquist habían cosechado en sus primeras exposiciones individuales, casi un año antes, en las que vendieron todas sus obras. «Andy estaba sumamente eufórico —recordaba Ward—. Aquella era su señal de aprobación por parte de las bellas artes».

Pese a las pocas pruebas en su favor, Warhol estaba convencido de que su obra era una buena inversión. Charles Lisanby, su viejo amor, no podía soportar el pop art de su amigo y un día le rechazó el regalo de una de las nuevas *Marilyns*. «Simplemente confiésame, desde el fondo de tu corazón, que sabes que esto no es arte», le reprendió. Sin embargo, en lugar de defender el valor estético del cuadro, Warhol insistió en su valor de reventa: «Envuélvelo con papel de estraza y guárdalo en el fondo de un armario; algún día valdrá un millón de dólares». Lisanby no le hizo caso. Pero nuestro artista estaba en lo cierto, solo que se equivocó en dos órdenes de magnitud.

Sin ceder a la vieja idea de que Warhol no era más que un oportunista, hay que reconocer que, cuando la oportunidad llamó a su puerta, siempre corrió a abrir. Declaró en cierta ocasión que lo que le

inspiró a dar el giro hacia la serigrafía fue la vasta, variada y rentable producción que había visto salir de las manos de su colega pop Jim Dine: «Él era como una fábrica —decía Warhol—, pero siempre lo hacía todo de manera creativa… y entonces, a partir de ahí, pensé: "¿Por qué hacer aquello en lo que eres creativo? Imprímelo y punto».

En los primeros días del pop art, su súbito éxito comercial fue parte de la identidad del movimiento. Difuminaba las líneas entre los productos de cocina que representaban sus artistas y los productos artísticos que creaban para los coleccionistas: objetos sujetos a la obsolescencia programada y «a los caprichos del mercado», como se quejaba un crítico. Una figura de la talla de Marchel Duchamp, admirador de Warhol, hablaba, tan solo un mes después de la exposición de la Stable, acerca de la inevitable capitulación de los nuevos artistas ante «ese dólar capitalista». Lo aceptan, decía, porque «es una corriente de aire demasiado fuerte para resistirte a ella sin perder toda tu vitalidad».

Cuando el célebre diseñador italiano Ettore Sottsass reseñó la exposición «Los nuevos realistas» de la Janis, comenzó su artículo con la triste historia de un joven abstraccionista que se lamentaba de que no encontraría un punto de venta para su trabajo: «Están esos tipos llamados neodadaístas, y todo el mundo está comprando neodadaísmo, y los galeristas y marchantes están haciendo acopio de neodadaísmo lo más rápido posible, a la manera en que los vendedores de zapatos se abastecen de botines a la moda una vez que estos han aparecido en *Harper's Bazaar*».

> Querido Andy:
>
> Como probablemente advertiste cuando visité tu apartamento, estaba sufriendo ligeramente las consecuencias de la noche anterior. Todavía no estoy segura de si el *brunch* con whisky escocés, el disco de Presley y los cuadros me ayudaron a recuperarme o me remataron. En cualquier caso, fue fascinante y salí muy impresionada.

Estas palabras fueron escritas a máquina el 17 de septiembre, seis semanas antes de la exposición de Warhol en la Stable, por la célebre marchante de Los Ángeles (y heredera del grupo 3M) Virginia Dwan. Es probable que Warhol estuviera ya al tanto de su osadía: Dwan había organizado exposiciones individuales de algunos de sus héroes como Yves Klein, Robert Rauschenberg y Larry Rivers. La nota que le envió da una idea de cómo se ganaba Warhol a esa gente. En esos primeros momentos de su carrera en las artes plásticas, y durante los veinticinco años siguientes, no creía en dejar las ventas en manos de su arte ni de sus marchantes, como hacían muchos de sus colegas; siempre empezaba forjando amistades y luego convirtiendo a sus

nuevos amigos en mecenas y camaradas en las artes. Las instantáneas de su Polaroid registran visitas a la casa de artistas punteros como Ed Kienholz, Larry Poons y Rauschenberg; de marchantes como Karp, Castelli, y Michael e Ileana Sonnabend, e incluso del novelista Robert Penn Warren, cuya obra Warhol había ilustrado en la universidad. (Asimismo, documentan las braguetas abiertas de varios hombres no identificados).

Las visitas de Rauschenberg eran especialmente notables, ya que en septiembre Geldzahler le había llevado para que aprendiese el arte de la fotoserigrafía, que llegaría a granjearle premios. «Rauschenberg cogió de mí la idea del serigrafiado. Sin duda. Jamás había serigrafiado nada hasta entonces», recordaba Warhol con irritación evidente. (Por aquella época, nuestro artista prestó asimismo una de sus pantallas de impresión a Jasper Johns, en otro alarde de encomiable generosidad o bien de preocupante adulación). Para noviembre, Rauschenberg se había convertido en el tema de los primeros retratos pop de Warhol, una serie completa de lienzos realizados una década antes de que los retratos llegasen a ser el pan de cada día en su vida. Nuestro artista trabajó a partir de una fotografía especialmente atractiva que Rauschenberg le había dado; hay algo infantil y un tanto conmovedor en la idea de que Warhol compartiera sus secretos con su héroe artístico y luego serigrafiara su busto una y otra vez. Los retratos de Rauschenberg rinden en realidad un doble homenaje: impresos en negro sobre fondos azul intenso, son un claro tributo a los ultramarinos de Yves Klein, ese otro padrino del pop cuya reciente muerte había sacudido la vanguardia. Todos y cada uno de los primeros retratos serigrafiados de Warhol son de amigos suyos del mundo artístico, ninguno fue un encargo. Nada de adulación. Parecen puros actos de reconocimiento.

Ray Johnson recordaba lo bien recibido que era en casa de Warhol: «Si yo había ido al centro de Manhattan con motivo de la inauguración de alguna exposición, lo llamaba espontáneamente y él solía decirme: “Claro, pásate por aquí”. Siempre tenía música sonando. Sacaba enormes vasos de cristal de whisky escocés y te pasaba uno».

Por tanto, la invitación a Dwan a un *brunch* con whisky escocés al son de la última canción pop era Warhol en su modo social normal, y no podía separarse, ni en su mente ni en la de Dwan, del negocio de mostrarle sus cuadros. Estratégico o no, el *brunch* mereció la pena. Solo diez días después de que Warhol hubiera inaugurado su muestra individual en la Stable en Nueva York, un gran lienzo cubierto con veinticinco *Marilyns* se expuso en la galería de Dawn en Los Ángeles, en una panorámica de la escena pop cuyo título patriótico (e irónico) era «Mt Country, ‘Tis of Thee», igual que la canción escrita por Samuel

Francis Smith.

El vapuleo que Warhol había recibido unos meses atrás en la Ferus se hizo extensivo ahora a sus compañeros pop en la Dwan, cuya «ridícula tomadura de pelo», como dijo un crítico de Los Ángeles, «puede ser o no arte, desde cualquier punto de vista estético», pero ciertamente «rezumaba cinismo, una búsqueda declarada de novedad y una propensión a las modas pasajeras». Los efectos de semejantes críticas demoledoras fueron borrados por las buenas ventas; la mayoría de las obras tardaron poco en encontrar compradores.

También en Los Ángeles recibió elogios. Walter Hopps, el fundador de la galería Ferus, que había hecho visitas tempranas a Warhol con Irving Blum, había llegado a ser director del Museo de Arte de Pasadena. En septiembre había organizado allí su primera panorámica del pop art, en una exposición titulada «Nueva pintura de objetos comunes» que se prolongó durante tres semanas. En el encarnizado debate sobre la denominación del nuevo movimiento, el título de Hopps hacía hincapié en la cotidianidad que, además de una reivindicación de lo común, era una pequeña pulla contra el macartismo. Warhol también había optado por ese nombre en un principio, hasta que en una reunión de los principales artistas pop, incluido él, se propuso el peculiar término de «arte OK». Resultaba más atractivo al menos que «neodadaísmo», que implicaba la imitación de un movimiento precedente, mientras que el término británico «pop art» no parecía gustar demasiado a nadie excepto a la prensa popular, aunque por supuesto salió victorioso.

La panorámica de Pasadena no ofreció a los angelinos muchas novedades de Warhol, que todo cuanto tuvieron ocasión de ver fueron dos *Latas de sopa* prestadas por la Ferus y un lienzo cubierto de sellos verdes de S&H. Pero una reseña extensa y entusiasta de la exposición de Hopps en la revista *Artforum*, a la sazón con sede en San Francisco, mostraba que la Costa Oeste llevaba la delantera a la Este en su aceptación de lo novedoso.

Como de costumbre en esa fecha temprana, el autor de esa crítica entusiasta (John Coplans, que no tardaría en convertirse en el célebre editor de *Artforum*) consideraba que el pop art emitía un mordaz «juicio moral» sobre el consumismo y la cultura estadounidenses. (En una extraña ironía, en el siguiente número de *Artforum* una boutique de moda publicó un anuncio de Warhol, todavía en su estilo de los años cincuenta, que por supuesto, contribuía a ese consumismo). Más interesante es el hecho de que Coplans considerase el nuevo arte notablemente antifilosófico y antiintelectual, una modalidad artística de una «estupidez» poderosa y muy norteamericana cuya «respuesta directa a la vida» reemplaza el raciocinio europeo (léase «degeneración»). Esta clase de retórica, un distintivo del pop art,

alimentaba la decisión de Warhol de ocultar su considerable inteligencia y ambición tras un personaje público que le hacía parecer un pasivo marginado, un diapasón que tenía la fortuna de vibrar junto con la cultura en general. La telegráfica biografía que acompañaba el reportaje de *Artforum* ofrecía una versión similar y básicamente ficticia de su vida: «Sin exponer ni ser considerado siquiera un artista serio, desarrolló su nueva obra durante los dos últimos años en reclusión casi total». Eso distaba ya de ser cierto, habida cuenta de los distinguidos invitados que transitaban por su estudio, pero fue sin duda la última vez que alguien pronunció las palabras «reclusión» y «Warhol» en la misma frase.

En casa con sus retratos de Ethel Scull.

17
1963

EL PARQUE DE BOMBEROS | *MUERTE Y DESASTRES* | VESTUARIO PARA *THE BEAST IN ME* | RETRATOS DE FOTOMATÓN | UN RETRATO DE ETHEL SCULL | *MONA LISA*

«De personas que quieren hacer cosas y nunca hacen nada y desaparecen muy deprisa, y luego se mueren o algo por el estilo y luego nadie sabe nada de ellas. Así que pensé: puede que pinte un cuadro de una persona de la que no sepamos nada» .

Varían los recuerdos acerca de si la barra de los bomberos estaba todavía ahí o no; dicen algunos que lo único que quedaba era un traicionero agujero en el suelo. Pero no cabe duda de que el edificio había sido en su momento un gran parque de bomberos: cuatrocientos sesenta metros cuadrados de espacio, con altísimos techos ornamentales y paredes decoradas con madera, y todos los demás deleites victorianos de los que se consideraba dignos a los bomberos en 1868. Un siglo después, aquel era el escenario perfecto y excelso para una estrella del arte en alza que necesitaba ampliar su obra y sus ambiciones.

Warhol oyó hablar del edificio en la calle Ochenta y siete, en el que acababa de cesar la actividad y a dos manzanas al sur de su casa, justo cuando estaba asimilando su éxito en la Stable. Hacia mediados de noviembre escribió a la oficina inmobiliaria de la ciudad para ver si podía alquilarlo, ofreciendo la respetable suma de ciento cincuenta dólares mensuales por el privilegio. Para el día de Año Nuevo ya había pagado sus dos meses de depósito y se estaba mudando allí. Aquel era, de hecho, su segundo parque de bomberos en Nueva York, después del que compartiera con Philip Pearlstein y la danzaterapeuta en sus primeros meses neoyorquinos.

En la calle Ochenta y siete, la luz y el aire eran increíbles y a Warhol debieron de parecerle un sueño después de las habitaciones domésticas en las que había estado cultivando su arte durante una década. Accesible a través de una escalera con bordes de acero —el artista cayó por ella en cierta ocasión con un amante—, el segundo piso del parque de bomberos, alquilado íntegramente por Warhol,

tenía el techo a unos cuatro metros y medio de altura. La luz entraba a raudales por una claraboya y por hileras de ventanas que daban a la calle y a un callejón. La enorme sala medía treinta metros de largo, espacio suficiente para almacenar los cuadros de todo un año. Lo que el edificio no incluía era calefacción ni un tejado que protegiese de la lluvia, ni tal vez siquiera electricidad. El arte de Warhol, valorado ahora en millones de dólares, perecía antes de tiempo por causa de las goteras. Pero él, siempre estoico, seguía adelante en medio del frío y la humedad: «Tenía esa fortaleza del campesino vulgar que la mayoría de la gente no se imaginaba que poseía; era como un pequeño tanque checo», decía un joven amigo que le ayudaba con sus creaciones artísticas en el parque de bomberos.

Otro amigo de esa época apodó a Warhol «el Henry Ford de una nueva forma de arte capitalista», pero, aunque el parque de bomberos apenas permitía la fabricación en serie, sí que dejaba que nuestro artista aplicase el fordismo a su procedimiento, al menos a pequeña escala. Aquel era el primer espacio que Warhol describió como una «fábrica». En lugar de serigrafiar cada cuadro por separado sobre el suelo de su salón, ahora podía extender enormes lienzos de casi dos metros y medio de anchura y trabajar en toda la longitud al mismo tiempo. Las fotografías del parque de bomberos muestran a Warhol proyectando imágenes fila tras fila, listas para ser recortadas y tensadas como cuadros de varios tamaños y precios. Nathan Gluck recordaba a un «grupo de ayudantes voluntarios» que registraban revistas en busca de imágenes potentes y luego ayudaban a Warhol a serigrafiarlas.

Tanto el nuevo estudio como los nuevos procedimientos fueron acompañados de nuevos temas que nuestro artista había lanzado ese otoño: accidentes de coche, sillas eléctricas, policías racistas, saltos suicidas y latas botulínicas de atún. Sus imágenes provenían con frecuencia de la pila de fotos de prensa de un amigo esparcidas por la casa de Warhol. Esos cuadros de *Muerte y desastres*, como se dieron en llamar algún tiempo después, se relacionan como de costumbre con un mito de la génesis. Así lo recordaba Henry Geldzahler una década después:

> El pop art estaba siendo criticado por ser una celebración de Estados Unidos, y en un momento en que quizá no todo lo referente al país era tan estupendo. Y yo pensaba que tal vez fuese hora de dejar de trabajar en temas que pareciesen comerciales y probar algo diferente. [Warhol] me preguntó: «¿Qué quieres decir?». Y yo había llevado conmigo —estábamos en el Serendipity— a la hora del almuerzo el titular del periódico que rezaba «129 muertos en un reactor» con una gran fotografía del accidente, y le dije: «Algo así». Y él pintó un cuadro de aquello y comenzó entonces a dedicarse a los accidentes y los desastres.

Como es habitual en Warhol, ese mito del origen puede ser en efecto

mítico. Es cierto que la portada en cuestión estaba en los quioscos a principios de junio de 1962, que seguramente fue cuando Geldzahler la llevó al Serendipity; pero era una fecha en la que Warhol (y el pop art en general) apenas habría tenido ningún tipo de cobertura. Aunque esa portada de tabloide, ampliada sobre un lienzo de casi dos metros y medio, se exhibió de hecho en la exposición de noviembre en la Stable, el cuadro entero —incluida la foto del periódico del lugar del accidente— fue pintado a mano en vez de serigrafiado, por lo que se remonta a las primeras obras pop de Warhol o incluso a las páginas de periódicos que dibujaba a finales de los años cincuenta. (Y también, una vez más, a los dos cuadros *Factum* de Rauschenberg expuestos en la galería Castelli en 1958, que fueron descritos en una reseña entusiasta como «un ensamblaje aparentemente aleatorio de catástrofes de *The Daily News*»). En la primavera de 1962 no podría haber tenido ningún sentido, ni siquiera para Geldzahler, que *¡129 muertos en un reactor!* constituyese un intento de reemplazar un sinfín de cuadros desenfadados de productos por algo nuevo y más sobrio, especialmente habida cuenta de que la mayoría de los espectadores tempranos interpretaban incluso las *Sopas Campbell's* como una dura crítica o una detestable provocación dadá.

La verdad es que los *Muerte y desastres* de Warhol son una extensión natural de lo que venía haciendo con las latas de sopa y las estrellas de cine —incluida la difunta Marilyn, que el artista reconocía como un *Desastre* temprano—, y no un modo de alejamiento de estas. Con la perspectiva que dan los años, solo han parecido un abandono cuando hemos aprendido a malinterpretar las primeras obras pop de Warhol como alegres y ligeras. Y, en cualquier caso, las mismas fotos que lo muestran serigrafiando latas de atún tóxico lo muestran también trabajando en una serie de divertidas imágenes de Elvis; no llegó a la diversión antes del dolor. Si acaso, el dolor se convirtió en diversión. Una vez que las fotos de desastres se utilizaron como pop art, se convirtieron en alegres productos del mercado del arte, más parecidas a las latas de sopa de lo que cualquier fotografía de noticias podía ser por sí sola. Como decía un crítico temprano del pop: «Después de la Segunda Guerra Mundial, las glándulas lacrimales del mundo se secaron por exceso de uso. Es ese el mundo del que Warhol es portavoz».

La explicación de nuestro artista de cómo llegó a representar temas no icónicos es más interesante que la de Geldzahler. Nos da una buena visión de lo compleja y excéntrica que era su mente en realidad; y es probable que sea cierta por una vez, ya que parece demasiado peculiar y fragmentada para tener un fin publicitario:

> No se trataba de la idea de los accidentes y cosas por el estilo; era solo algo relacionado con… bueno, todo empezó con los botones. Yo siempre quise saber

> quién inventó los botones o quién fue la persona que pensó alguna vez en fabricarlos, por qué llegó a pensar en los botones. Y luego imaginé a toda la gente que trabajaba en las pirámides y luego en todos esos… Me preguntaba qué había sido de ellos. ¿Por qué ya no están? Así que siempre pensaba que sería más fácil pintar un cuadro de personas que habían muerto en accidentes de coches, porque a veces nunca sabes quiénes son […]. De personas que quieren hacer cosas y nunca hacen nada y desaparecen muy deprisa, y luego se mueren o algo por el estilo y luego nadie sabe nada de ellas. Así que pensé: puede que pinte un cuadro de una persona de la que no sepamos nada.

Por tanto, lo que parece interesar a Warhol, al menos según este relato —también ofreció otras explicaciones— es el anonimato y la modestia de las víctimas de su accidente de avión y su intoxicación alimentaria. Estas se convierten en una prolongación, no en el rechazo, de los productos humildes e intercambiables de sus experimentos pop iniciales. El primer libro publicado sobre el movimiento, escrito por el mismo amigo que le entregó a Warhol las fotos originales del accidente automovilístico y la silla eléctrica, sostiene que la evidente morbosidad de los cuadros de desastres ya está presente de hecho en las implacables repeticiones impersonales de las latas de sopa, las caras y las botellas de Coca-Cola de nuestro artista, todas ellas representadas con el espeluznante desapasionamiento de un forense. Los editores de la revista que publicaron la elogiosa crítica sobre las «desgarradoras» *Marilyns* decidieron ilustrarla con su cuadro del accidente aéreo. Por consiguiente, podría tener sentido decir que las *Latas de sopa* y las *Estrellas de cine* fueran ya imágenes del desastre, o al menos de la muerte cultural, que se desvelaron plenamente más tarde, una vez que Warhol cogió el ritmo en el nuevo estudio. Los indicios de nostalgia *camp* que habían contribuido a camuflar la desesperación en sus primeras obras pop casi se desvanecen en *Muerte y desastres*, cuyos cuadros son inexorablemente actuales y noticiosos. (Véase el encarte en color). Como recordaba un observador, «[Warhol] podía hablar largo y tendido sobre la política de su tiempo con una voz apenas más fuerte que un susurro, pero con mucha osadía y mordacidad. Sobre ese asunto, siempre tenía razón y podía hablar al respecto con brillantez».

Los cuadros de la *Silla eléctrica* estaban basados en una foto de dicho dispositivo usado en la ejecución de 1953 de Julius y Ethel Rosenberg, izquierdistas estadounidenses que compartieron secretos nucleares con los soviéticos y volvieron a salir en los periódicos cuando Warhol estaba haciendo sus serigrafías. Geldzalher declaró que la serie era la más poderosa de todas las obras del pop art: «Trae a la mente el comentario, atribuido a Elaine de Kooning, de que la única contribución estadounidense a [la historia] del mobiliario es la silla eléctrica […]. No meramente una celebración o una ironía, es arte en todo su esplendor, una implicación total en buena parte de nuestras

vidas».

A principios de 1963, cuando el movimiento por los derechos civiles estaba ganando fuerza y atención, nadie podría haber pasado por alto el compromiso político en la imagen de Warhol de policías blancos atacando con perros a los manifestantes negros. Como decía Geldzhaler: «Claramente, él no está del lado de los perros ni de los policías». El impreciso título que pronto se asoció a la imagen, *Race Riot* (*Disturbio racial*), tal vez fuera un intento de atemperar la vena progresista de Warhol en aras de los coleccionistas adinerados más conservadores.

Los *Desastres* no se expusieron en absoluto en Estados Unidos en el año en que fueron concebidos. No gozaron de ninguna presentación seria hasta enero de 1964, cuando Ileana Sonnabend, exmujer de Leo Castelli y todavía su estrecha colaboradora, organizó la primera exposición individual europea de Warhol en torno a ellos en su galería de París. Nuestro artista quería que el título de la muestra fuese «Muerte en Estados Unidos» —un nombre prácticamente imposible de imaginar que prosperase en el país por esa época— y causó sensación. «Todos los franceses, muy impactados», escribió el poeta chino-estadounidense Walasse Ting en una carta a Warhol desde París, y, de hecho, el prestigioso periódico *Le Monde* criticó duramente la exposición por haber dejado atrás la esencia popular del pop.

Sin embargo, algunos locales parecían apreciar el nuevo sesgo de Warhol. «Pinta un cuadro de la situación actual de brutalidad y muerte», afirmó un escritor francés en el catálogo de la exposición, mientras que otro decía que los cuadros nos sumergían en «un estado de pura tragedia» y «un momento de verdad vivido en lo absoluto». Y todo eso era algo bueno, según una reseña publicada en París por el poeta neoyorquino John Ashbery. (Como sucedía con tanta frecuencia con Warhol, la jugada estaba amañada: Ashbery había sido contratado para escribir uno de los ensayos para el catálogo de la exposición y en otoño le había pedido a nuestro artista que le hiciese de guía por los estudios pop de Nueva York. Este incluso le había regalado una obra). La reseña del poeta se publicó con el título «Los cuadros de horror del artista acallan las risitas», y afirmaba que Warhol «invierte todo su talento para la decoración significativa en la tarea de transmitir su mensaje. Su exposición te sacude». Muchos europeos tuvieron esta clase de idea sobria de él hasta el momento mismo de su muerte. A los estadounidenses siempre les ha costado más confiar en su esencia.

Los serios desafíos que el pop art estaba planteando a sus primeros espectadores neoyorquinos se habían puesto de manifiesto justo cuando Warhol estaba pensando en instalarse en el parque de

bomberos. A principios de diciembre, el MoMA, árbitro final de la estética vanguardista, había convocado un simposio público para investigar un nuevo movimiento que, gracias a la exposición de la Janis, se había hecho imposible ignorar. El museo seguía empeñado en considerar el arte moderno como el camino hacia la abstracción, por lo que algunos de sus empleados veían este nuevo arte de objetos corrientes como una amenaza palpable. A otros, incluido el director, Alfred Barr, les preocupaba que el pop acabara siendo el siguiente gran acontecimiento al que el MoMA no pudiese oponerse. Después de todo, el museo estaba a punto de anunciar que había adquirido la *Marilyn* dorada de Warhol, un cuadro de banderas de Rivers, un desnudo de Wesselmann y unos merengues de Thiebaud. Nuestro artista conservó el anuncio de las adquisiciones; no debió de sentarle muy bien el hecho de que su *Marilyn* no estuviese a la vista cuando se expusieron esas nuevas obras. Dos décadas después se quejaba de la indiferencia que mostró el MoMA hacia él durante toda su vida: «Solo tienen una cosa mía, la pequeña Marilyn. No lo soporto. Me molesta».

En el simposio del MoMA sobre el pop art, el supuestamente neutral moderador era de hecho un eterno enemigo del pop, que dirigía un panel repleto de oponentes tan feroces del movimiento, y de Warhol, como el reaccionario crítico de arte Hilton Kramer. Este juzgaba que, a lo sumo, el «fraudulento» pop art era «interesante por lo que se dice de él, más que por lo que intrínsecamente es», exponiendo así el tópico perenne y todavía vigente de que dicho estilo carece de identidad propia, más allá de las acrobacias críticas que pretenden hallar sentido en él. «Extrae sus pequeñas y débiles victorias —decía Kramer— de la yuxtaposición de dos clichés: un cliché de forma superpuesto a un cliché de imagen». Otro panelista atacaba el pop describiéndolo como una capitulación «empobrecida» ante la vulgaridad, mientras que un tercero calmaba sus nervios recordándose a sí mismo que el «arte ha sobrevivido a desastres aún peores», y luego lanzaba invectivas contra una vanguardia tiránica, y señalaba las *Latas de sopa* de Warhol como la prueba más evidente. Incluso el eminente historiador del arte Leo Steinberg empezó por admitir que le desagradaban los cuadros pop y ni siquiera estaba seguro de que fuesen arte, antes de reconocer su disposición a imaginar que estuviese sucediendo algo interesante en el «novedoso estremecimiento» que producían las nuevas obras. La reivindicación propiamente dicha del pop art recayó sobre el pobre Henry Geldzahler, que era con creces el más joven de los panelistas, sin exposiciones y con pocos escritos en su haber. En una foto casi cómica aparece sentado en solitario en un extremo de la tarima con sus oponentes alineados frente a él. Pero incluso su defensa fue muy apocada. Elogió el pop por sus vínculos estilísticos con la refinada

abstracción y por su actualidad, pero a la postre se limitó a requerir tímidamente a los demás panelistas que admitieran la posibilidad —tan solo la posibilidad— «de que esa temática y esas técnicas sean y puedan ser el tema y la técnica legítimos del arte». Y sus colegas continuaron riéndose de él.

El estatus y la popularidad que el pop acabó logrando nos ciegan ante el mundo cruel en el que nació. No obstante, por muy desmoralizante que Warhol hallara la recepción inicial del pop, es probable que también le resultara alentadora. Como habría oído decir muchas veces a los defensores acérrimos del movimiento moderno de Pittsburgh, el arte que estaba de veras en la vanguardia supuestamente debía comenzar su vida recibiendo más abucheos que alabanzas. Casi cabía afirmar que aquellos eran una clara señal de que estas estaban en camino.

Entre los primeros blancos de la oposición temprana estaban los nuevos cuadros de *Muerte y desastres*. Una comisaria de arte amiga suya le confesó a Warhol que no pensaba colgar el *Desastre del atún* que él acababa de regalarle porque no era «lo bastante abstracto» para ella; por mucho que se esforzara, el cuadro seguía tratando de pescado enlatado y botulismo. La coleccionista Emily Tremaine, que había sido tan apasionada y temprana admiradora de Warhol, tachaba de demasiado lúgubre la nueva serie de *Muerte y desastres*, e hizo todo lo posible por impedir que un museo comprara una de las obras. Eleanor Ward, tal vez siguiendo el ejemplo de esa importante clienta, se negó a exhibirlas. Ivan Karp había tratado en vano de disuadir a Warhol de los nuevos temas: «Le dije: "¿Quién coño va a querer contemplar un cuadro de dos metros y medio de un espantoso accidente de tráfico, Andy? Te vas a arruinar". Él me respondió: "Bueno, tengo que hacerlo"».

No mucho después de la mudanza de Warhol al parque de bomberos, un extenso artículo que hacía un repaso del mes entero declaraba que todo el pop era un callejón sin salida y un vendido, a lo sumo «una pausa estética que refresca», en las palabras de un viejo eslogan de Coca-Cola. En lugar del pop, el autor proclamaba que los conservadores desnudos de Philip Pearlstein, el antiguo compañero de piso de nuestro artista, suponían el auténtico avance que el arte había estado esperando desde el expresionismo abstracto. Uno se imagina a Warhol estremeciéndose al leer aquello.

Existían antídotos para su dolor. En marzo, una exposición colectiva en el prestigioso Museo Guggenheim de Nueva York, ahora instalado en la espiral de Frank Lloyd Wright, supuso el mayor galardón hasta entonces para Warhol. «Seis pintores y el objeto» lo situó en la impecable compañía de las nuevas estrellas del pop Dine, Lichtenstein, Oldenburg y Rosenquist, así como de sus precursores Johns y

Rauschenberg; aunque es probable que a Warhol no le sentara demasiado bien que este último expusiera jugadores de béisbol serigrafiados y que en el catálogo se le atribuyese el mérito de ser el pionero de la técnica.

El propio director del Guggenheim parecía evasivo en su prefacio del catálogo de la muestra: «La relación entre lo *bueno* y lo *nuevo* en el arte contemporáneo es intrigante y desconcertante» fue el respaldo más fuerte que acertó a dar. Su comisario de arte, un crítico británico que había contribuido años atrás a introducir el término «pop art», no verbalizaba esas vacilaciones, pero era lo suficientemente inteligente para presentar las impactantes obras expuestas —se atrevió a exhibir una *Silla eléctrica* de Warhol— como una continuación de las grandes tradiciones de la pintura. Su ensayo cita a Courbet, Van Gogh, Léger e incluso al pintor del siglo XVIII Joshua Reynolds como testigos de la defensa.

Curiosamente, por la época en la que se creaba dicha defensa, el propio Warhol estaba tomándose un descanso del duro radicalismo de su pop art más reciente. Regresó al mundo teatral con el que había jugado en la universidad y después en los años cincuenta, y por el que mostraría interés durante el resto de su vida. Una actriz a la que había admirado por su estrellato en las telenovelas acababa de comenzar la producción de una revista musical llamada *The Beast in Me*, basada en unas fábulas cómicas de James Thurber, el célebre escritor y humorista gráfico del *New Yorker* que había fallecido no hacía mucho.

La actriz invitó a Warhol a diseñar el espectáculo y este propuso una idea ingeniosa que se alejaba del estilo de los cincuenta que había estado utilizando todavía para el teatro unos años antes, cuando diseñó el estrambótico vestuario para Spoleto. Dado que las ilustraciones del propio Thurber no eran más que bosquejos estrambóticos que daban a todas sus figuras el aspecto de monigotes, Warhol trató de conseguir el mismo efecto. Vistió a sus actores con pijamas de una pieza de Dr. Denton, a los que añadía accesorios cuando era menester para desarrollar sus papeles en cada escena: «La verdad es que era todo muy creativo —recordaba una de las actrices —, pero todo estaba pegado con velcro. Había retales por todas partes». Como Warhol no pertenecía al Sindicato de Artistas Escénicos —había subido a bordo demasiado tarde incluso para hacer las pruebas de admisión—, en el programa del espectáculo solamente se le reconocía el mérito casi invisible del «concepto de vestuario». Pero ese pobre reconocimiento fue lo mejor; después de un demencial reparto de última hora, nuevas versiones y ensayos, más un estreno pospuesto, la función recibió tibias críticas —el vestuario era «de buen gusto» y «atractivo»— y se dejó de representar el 18 de mayo, tras solo cuatro noches en marcha. «Dios mío, el fracaso es siempre tan

sórdido…», escribió la productora, mientras Warhol y ella regateaban su pago por el fiasco. Un fan del «encantador y agradable espectáculo» escribió un ensayo culpando de su fracaso al nuevo gusto de la cultura por la novedad y el extremismo, algo irónico a la luz de los ideales vanguardistas del hombre que había diseñado su vestuario.

Warhol estaba causando sensación en la vanguardia artística justo cuando comenzaron los ensayos de *Beast*. En la capital estadounidense, una nueva institución llamada Galería de Arte Moderno de Washington había organizado una exposición y un festival denominandos «La imagen popular», que rompió una lanza a favor del nuevo arte. Distribuida entre las cuatro plantas de una casa adosada reconvertida, la exhibición incluía una maleta abierta de Rauschenberg que invitaba a los espectadores a añadirle objetos, un cuadro de Wesselmann de una cena con un televisor que incorporaba una escena real y un enorme lienzo serigrafiado de Warhol con doscientas diez botellas de Coca-Cola, que también se había expuesto en su muestra en solitario en la Stable. Otros nueve de sus cuadros lo convertían en el artista con más obras en la exposición.

Todo eso armó un jaleo en la seria capital del país que traspasó sus límites, como era claramente la intención. «El “nuevo realismo”, “pop art”, “neodadaísmo”, etcétera, han provocado una respuesta de extraordinaria intensidad, estimulando extremos de descarado deleite o renovada angustia —describía la situación el catálogo de la propia exposición—. El nuevo arte provoca respuestas tan polarizadas porque parece lanzar un ataque frontal y activo contra todas nuestras convenciones estéticas establecidas».

Las fotos de la inauguración dan una impresión bastante plácida: un Warhol vestido de etiqueta mira sonriente mientras un Rauschenberg sin corbata baila el twist. Pero esas imágenes no alcanzan a transmitir el «disturbio conversacional» que tuvo lugar cuando la exposición recibió la visita de primeras personalidades, incluidos dos jefes de protocolo estadounidenses, un vicesecretario de Estado adjunto y el director de la Galería Nacional, que dudaba de que aquello fuera arte.

«Lo odio», dijo una gran dama al enfrentarse a una emblemático conjunto de cachivaches de Jasper Johns, la cual había acudido a Washington acompañada por Leo Castelli, el marchante del autor. Un descomunal sándwich de jamón de Oldenburg, que también había viajado para la inauguración, llevó a exclamar a un caballero del lugar: «¡Yo no colgaría estos trastos ni en mi garaje!». Incluso el ensayo del catálogo, aunque aseguraba defender las innovaciones del pop, incluía palabras adustas acerca de la lealtad de los artistas a «los deplorables y grotescos productos del mundo industrial comercial moderno; el mundo de la venta agresiva y todo cuanto esta implica, el mundo del color brillante y el ruido estridente, demasiado intenso

para los matices, el mundo del sentimentalismo barato y chabacano dirigido a inteligencias de catorce años, o de las imágenes tan generalizadas para el desbordante público masivo que han perdido toda identidad humana auténtica… lo que los más entendidos de entre nosotros consideran el terreno baldío de los anuncios de televisión, las tiras cómicas, los puestos de perritos calientes, las vallas publicitarias, las chatarrerías, las hamburgueserías, los lotes de coches usados, las máquinas tragaperras y los supermercados». O, como se decía en una elogiosa crítica de *The Washington Post*: «Su tesis es antítesis; su filosofía, antifilosofía; su técnica, antitécnica»; justo la clase de defensa antitradicional que habría hecho saber a Warhol que realmente formaba parte de la vanguardia.

Esto habría sido confirmado por el programa de *performances* radicales de la exposición. John Cage daba una conferencia mientras sonaban tres grabaciones de su propia voz con un volumen más alto. Oldenburg escenificaba un *happening* titulado *Estrellas* que incluía olores nauseabundos y un estriptis. «El lugar estaba lleno y nadie se marchó hasta que terminó *Estrellas* —escribió un escéptico local—. Confío en no volver a ver semejante exhibición de cobardía». Unos bailarines experimentales neoyorquinos representaron uno de los programas vanguardistas más famosos de todos los tiempos, que incluían una obra diseñada por Rauschenberg en la que los artistas patinaban sobre ruedas arrastrando un paracaídas a sus espaldas.

Parece que Warhol habría planeado unirse a los eventos en vivo, como fundador de una banda de garaje que al final no logró salir del todo del garaje. Sus integrantes se llamaban The Druds y eran el equipo ideal del rock de las escuelas de arte: Andy Warhol (coros y letras), Jasper Johns (letras), Patty Oldenburg (vocalista principal), Lucas Samaras (coros), Larry Poons (guitarra solista), La Monte Young (saxo), Walter De Maria (batería) y la artista de *happenings* Gloria Graves (vocalista). Todos los hombres alcanzarían la fama en el mundo artístico, si es que no gozaban ya de ella, y algunos de ellos incluso sabían tocar sus instrumentos. «Nos reunimos diez veces —recordaba Warhol—, había peleas entre Lucas y Patty por la música». Los títulos de las canciones de Johns parecen directamente relacionados con su propio arte y con el de nuestro artista: «The Alphabet Song», «Movie Stars», «Hollywood», «The Coca-Cola Song». He aquí una letra típica: «Ay, mami, ay, mami. Esa es la botella, sí. / Con que cogí un abridor / y entera me la bebí».[8] Los pocos minutos de cinta que se conservan, grabados en Washington, muestran que nunca lograron que aquello funcionase, aunque sí que consiguieron una suerte de energía frenética que suena casi punk. En la cinta pasan tanto tiempo riendo como cantando, lo cual es una suerte, pues algunos de ellos no parecen tener oído musical. Un miembro tras otro

fueron abandonando la banda —«Aquello era bastante ridículo, así que me largué después del segundo ensayo», recordaba Young—, por lo que Warhol tuvo que renunciar a su sueño de hacer que la música acompañase a su arte en Washington.

«No fue demasiado bien —recordaba—, pero si hubiéramos perseverado, habría sido genial».

La pintora y dramaturga Rosalyn Drexler, creadora de un «mundo desquiciado, erótico y perniciosamente divertido»; el abstraccionista Larry Poons, cuyas composiciones «sugieren constelaciones celestiales o incluso la poesía de las matemáticas avanzadas»; La Monte Young, «un audaz innovador de lo que él llama música eterna»: estos eran unos pocos de los catorce talentos emergentes presentados en *Harper's Bazaar* como «Nuevas caras, nuevas fuerzas, nuevos nombres en las artes» en dos dobles páginas del número de junio de 1963. Otro niño prodigio del reportaje es también digno de mención: «Andy Warhol, pionero en el arte neorrealista [que] obligó a un fotomatón ordinario a hacer retratos dramáticos de todas las personalidades, incluido él mismo, para estas cuatro páginas». Nuestro artista no solo llegó a aparecer en ese impresionante listado, sino que además era el único cuyo talento quedaba efectivamente expuesto en el reportaje, pues le dejaron decidir el aspecto de cada uno de sus trece colegas en una serie de retratos. Como de costumbre, Warhol, el desvalido, el «mero» ilustrador del artículo de la revista, logró hacerse con el control. Sus retratos son el reportaje, al lado de textos que apenas son algo más que pies de foto.

Meses atrás —sus protagonistas vestían todavía abrigos de invierno — Warhol había arrastrado a cada una de las nuevas caras de *Bazaar* hasta los salones recreativos de la zona de Times Square, donde les había hecho posar para la cámara de una serie de fotomatones, probando toda suerte de poses y expresiones. (Cuando una nueva cara no pudo estar allí en persona, Warhol sostuvo instantáneas suyas en la cabina, haciendo una foto de su foto). Las sesiones produjeron docenas de tiras de cuatro retratos, los mejores de los cuales se recortaron y distribuyeron por las dos dobles páginas de *Bazaar*, casi como si hubieran caído directamente de la máquina sobre las páginas. Su vivacidad encajaba con el tema del número de ese mes, que estaba dedicado a «la juventud: en parte conciencia, en parte participación, en parte disposición a jugarse el tipo». Los editores describían las nuevas caras que aparecían en aquel número como los nombres más dignos de mención por la clase de muchachos modernos que se atrevían a bailar el twist, pero resulta que la revista consideraba que sus jóvenes lectores tenían aspiraciones culturales más serias. Las dos

dobles páginas de Warhol, ellas mismas en la vanguardia cultural, se codeaban con elementos de tan alto estatus como un relato corto de la poeta Denise Levertov y un ensayo de Dylan Thomas.

La exposición de Warhol a la tecnología del fotomatón se remontaba al Pittsburgh de los años cuarenta, cuando estas máquinas eran una moda pasajera que su hermano John había seguido de cerca, uniéndose a su primo Zavacky en un negocio de retratos de poca monta. Pero, por una vez, la biografía podría no ser la clave para desvelar las raíces de las creaciones de Warhol. La idea para las dobles páginas de *Bazaar* surgió en realidad en la mente de Marvin Israel, un director de arte de la revista que había publicado un artículo sobre los fotomatones no hacía mucho en un número de la revista. «Era pan comido reconocer la magia de una máquina capaz de hacer fotos instantáneas en serie con el modelo en la cabina —decía la ayudante y luego sucesora de Israel, Ruth Ansel—. Estaban en tus manos en cuestión de minutos y a todos nos encantaban».

Esas raíces tempranas en los medios de comunicación de masas podrían explicar por qué la serie de fotomatón de Warhol producía una sensación más amigable y más comercial que su mejor pop art de ese momento, que era tan inexpresivo que rayaba en la crueldad y tan opaco que resultaba casi ilegible. En cambio, sus retratos de *Bazaar* respondían al objetivo tradicional de los viejos maestros de revelar el carácter y la vocación del modelo. El montón de imágenes desplegadas en las dobles páginas de la revista son eminentemente agradables comparadas, por ejemplo, con los «retratos» en serie de Warhol de los sabores de sopas o de la difunta Marilyn, consistentes en repeticiones que apenas ofrecen ninguna información nueva.

El anterior artículo sobre los fotomatones de Marvin Israel sostenía que la máquina de retratos actuaba como un «pequeño detector de mentiras indudablemente honesto» que ponía al descubierto «toda suerte de verdades inesperadas y objetivas». Y eso contradice lo que Warhol perseguía en sus mejores obras, en las que rehusaba mostrar las verdades de cualquier índole y sugería que las mentiras o el puro silencio podrían ser igual de valiosos. Sin embargo, para el proyecto de *Bazaar*, Warhol incitaba a sus modelos en las cabinas a que adoptaban los mismos signos de vida y carácter que los retratos llevaban siglos revelando. Tan solo unos años antes, de hecho, un número de *The New York Times Magazine*, cuyas páginas incluían una ilustración en *blotted line* de Warhol, presentaba asimismo, en su portada, veinticinco pequeñas fotos de Dwight Eisenhower que mostraban la expresión del presidente a medida que esta se transformaba segundo a segundo.

Warhol propuso algo muy próximo a esos Eisenhowers cambiantes en el verano de 1963, cuando recibió un encargo para un retrato; el

primero de la carrera que llegaría a forjarse realizándolo. Se trataba de un cuadro de Ethel Scull, encargado como regalo de cumpleaños por su marido, Bob, un magnate del taxi neoyorquino que se consideraba a sí mismo «muy amigo de Andy». La pareja había comenzado a reunir una de las primeras colecciones mundiales de pop, gracias al hecho de que Bob era el socio no demasiado discreto de la galería Green, en la que Warhol expuso por primera vez, y le adelantaba dinero como una manera de poner sus manos en el pop art a precio de coste.

Ethel recordaba la sesión de retrato con Warhol de este modo:

> Bob le había pedido a Andy Warhol que hiciera un retrato, lo cual me asustaba, naturalmente, porque una nunca sabía lo que haría Andy. Así que él me dijo: «No te preocupes, todo será magnífico». Yo me había hecho la gran idea de que iría al estudio de Richard Avedon, donde me harían unas fotografías formidables y después él pintaría el retrato. El caso es que aquel día vino a buscarme y dijo: «¡Venga, vámonos!». Yo pregunté: «¿Adónde vamos?». Me informó: «A la calle Cuarenta y dos con Broadway». Le dije: «¿Qué vamos a hacer allí?». Me respondió: «Quiero hacerte unas fotos». Quise saber: «¿Para qué?». Contestó: «Para el retrato». Yo añadí: «¿En esas cosas? ¡Dios mío! Voy a salir horrible». Él repuso: «No te preocupes». Y se puso en marcha; tenía monedas, unos cien dólares en monedas de plata […]. Dijo: «Atenta a la luz roja». Y yo me quedaba parada. Veía la luz roja y nunca hacía nada. Entonces Andy entraba y me alentaba a que hiciese toda clase de cosas. Por fin me relajaba. Y creo que todo el mundo, dondequiera que estuviéramos, pensaba que éramos un par de chiflados. Corríamos de una cabina a otra y él hacía todas esas fotos y las ponía a secar por todo el lugar. Y al final me preguntó: «¿Quieres verlas?». Y eran tan sensacionales que no necesitábamos a Richard Avedon.

Y, en efecto, eran sensacionales, especialmente una vez que Warhol hubo ampliado las fotos de la sesión en treinta y cinco lienzos distintos del tamaño de páginas de periódico; al igual que sus treinta y dos *Sopas Campbell's* anteriores. Imprimió la serigrafía de cada foto sobre un fondo de colores brillantes: rojo o verde, amarillo o rosa, malva, violeta o naranja. En una se veía a la bella Ethel como una misteriosa desconocida con gafas oscuras; en otra aparecía sonriendo con la boca abierta; unos lienzos más allá estaba Ethel como una tía sexy. Los retratos tenían toda la alegría y la diversión de las dobles páginas de *Bazaar*; carecían del peso de las obras más serias de Warhol, incluidos los retratos más experimentales de amigos artistas que había hecho el invierno anterior a placer y que jugaban con efectos en tres dimensiones y un aspecto de tabloide. Resulta notable que aquellos primeros retratos hubieran sido hechos para su disfrute y consumo; los modelos no siempre recibían copias.

Cuando le encargaron las fotos de retratos para *Bazaar*, Warhol había atendido instintivamente a las necesidades de los editores y lectores de la revista, que estaban esperando ilustraciones claras más

que desconcertantes obras de arte; otro tanto hacía para los clientes que pagaban por su arte, dándoles lo que sabía que querrían y que apreciarían. Al fin y a la postre, Bob Scull había recibido formación en el arte comercial y decía que le gustaba la «excitación psicológica» de la serie de retratos de su esposa. Ethel Scull había esperado la adulación de un Avedon, pero Warhol se tradujo al nuevo lenguaje del pop que había creado. No obstante, como sucede con los retratos de sociedad igualmente halagadores de los años setenta, en los de Ethel Scull tal vez subyace un trasfondo más feroz. En lugar de atender al alegre estilo superficial de su modelo, Warhol quizá esté registrándola en toda su superficialidad, con objetividad e imperturbable, a la manera en que su serie de *Sopas Campbell's* registraba esos productos enlatados sin pretender cantar sus alabanzas ni elevarlos más allá de lo que verdaderamente eran.

El verano de la serie de retratos, Warhol invitó a Wynn Chamberlain a un restaurante con él y Ethel Scull. Cuando su mecenas se levantó para ir al baño, su amigo soltó: «Andy, ¿quién es esa mujer? ¿Cómo puedes soportarla? ¡Fíjate en todos esos horribles y vulgares diamantes que lleva!». A lo que nuestro artista supuestamente respondió: «Esos diamantes van a ser cuadros muy pronto».

Pese a su conservadurismo total, el encargo de Scull sí que produjo sus réditos artísticos. Más tarde en septiembre, cuando Warhol envió los treinta y cinco pequeños cuadros a la casa de sus mecenas, estos le preguntaron en qué orden debían colgarlos, pero él se negó a decidirlo. Señaló a un instalador que estaba subido a una escalera con martillo y clavos, y dijo: «Dejadle que lo haga a su manera».

Y para recalcar su actitud salió de la habitación durante la instalación. «Si llegas a aburrirte alguna vez, querida, siempre podemos cambiarlos —dijo Warhol a Ethel Scull—. Puedes moverlos tú misma».

Una de las elecciones más fundamentales que cualquier artista moderno podía hacer era cómo combinar una composición, pero ahí estaba Warhol negándose a ello. Al igual que había dejado que una máquina captura las poses de Ethel, ahora quedaba en manos del azar el montaje del conjunto. O tal era al menos la premisa vanguardista y la polémica detrás de las obras. De hecho, el resultado final no se había dejado demasiado en manos del pobre fotomatón, habida cuenta de que Warhol había dirigido a Ethel como modelo y luego había seleccionado las mejores fotos que conservar, así como cuáles serigrafiar y sobre qué colores de fondo. Tampoco fue el azar el que llevó las riendas de su instalación. Una vez colgados los cuadros en el salón de los Scull, como recordaba Ethel, «por supuesto que él entró y lo examinó con ojo crítico: “Bueno, yo creo que este debería ir aquí y ese allá”». Warhol, el esteta y controlador obsesivo, en realidad jamás

estuvo dispuesto a dejar atrás los valores artísticos tradicionales que adquiriera en la escuela de arte, pero se esmeró más que la mayoría en fingir lo contrario.

Resaltó sus vínculos con los viejos maestros en otro importante «retrato» de principios de esa primavera, cuando hizo una serie de variaciones sobre la *Mona Lisa*. La «obra maestra» de Leonardo da Vinci había viajado a Estados Unidos en el S.S. France en diciembre, como una especie de regalo diplomático por parte de los franceses a John F. Kennedy. Más de un millón de neoyorquinos acudieron a ver el cuadro en el Met, guardando colas inmensas para conseguir sus pocos segundos con la famosa sonrisa.

Incluso antes de la inauguración de la exposición, Warhol había leído un extenso artículo de opinión acerca del préstamo que él mismo podría haber tenido también en mente: «La *Mona Lisa* ha cruzado el Atlántico de este a oeste, como la estrella que es, ocupando un camarote de lujo en primera clase para evitar el movimiento y la vibración, como especifica siempre cualquier rubia de Beverly Hills, a fin de no estar demasiado temblorosa ante la cámara la mañana después de su llegada». Mucho antes de aquello, había sido testigo del amplio tratamiento que uno de sus manuales de la escuela de arte dedicaba a Leonardo, más que a cualquier otro artista: una ilustración a toda página de la *Mona Lisa* y otra página completa en que se describía la grandeza del cuadro. (En otro libro de texto universitario, Warhol subrayó la descripción de Leonardo como «uno de los pintores más profundamente intelectuales»). El retrato no había perdido su atractivo en los años sesenta, ni siquiera entre los artistas de vanguardia: Marisol, amiga y rival de Warhol, había pintado una variación de la *Mona Lisa* tan solo unos años antes, al igual que Rauschenberg. Marcel Duchamp, el héroe de ambos, la había reproducido décadas atrás con un bigote. Era el turno de Warhol, especialmente porque desde el primer momento la gente se había sentido obligada a comparar sus *Latas de sopa* con el cuadro más famoso de Leonardo, sobre todo para denigrarlas. Se planteó hacer su *Mona Lisa* como una de sus pinturas de seguir los números, pero en vez de ello serigrafió el retrato dos, tres, cuatro y hasta treinta veces sobre lienzos de todos los tamaños. Obviamente le estaba rindiendo homenaje, pero también demostrando cuánto se había vaciado en virtud de su ubicuidad. Años más tarde, Warhol le diría a un cliente que la enorme cuadrícula de *Mona Lisas* titulada *Treinta son mejor que una* era la mejor obra que jamás había realizado.

A principios de 1963, esa cuadrícula de Leonardos había servido ya como una suerte de resumen del arte de Warhol: reproducción, celebridad, ubicuidad, mercancía, quizá incluso género, junto con historia del arte y estética. Pero había algo especialmente valiente y

novedoso en ese acto de reproducción en particular. Un cuadro serigrafiado de Marilyn trataba en esencia de Marilyn, la persona, y solo después, del fotógrafo de estudio desconocido y anónimo cuya fotografía había copiado nuestro artista. En cambio, la reproducción de la *Mona Lisa* apenas trataba de la propia modelo, muerta hacía mucho tiempo; trataba casi exclusivamente del famoso cuadro de ella pintado por Leonardo y del robo de su imagen por parte de Warhol. Ello hacía de su versión de la *Mona Lisa* uno de sus actos más agresivos de pura apropiación, convirtiéndolo en un verdadero radical, un posmoderno *avant la lettre*.

Uno de los primeros oponentes más temibles de Warhol, que retrotrajo todo el «problema» del pop a la *Mona Lisa* bigotuda de Duchamp, verbalizó la idea generalizada de que la gran trayectoria del arte occidental —la trayectoria auténtica del arte occidental— había demostrado que un cuadro tenía que implicar absolutamente «alguna transformación, alguna metamorfosis», y no podía limitarse a la «mera trasposición» del pop. Así pues, por supuesto, Warhol, adiestrado en la ruptura de las reglas desde sus años universitarios, no tenía más que hacer una serie de pinturas que tratasen única y exclusivamente de esa trasposición, desde el folleto de la *Mona Lisa* del Met hasta sus lienzos. Pero la que escogió en particular le permitía asimismo señalar que participaba en el mismo juego y estaba al mismo nivel que incluso el más admirado de los grandes maestros.

Con Gerard Malanga en fotos dedicadas al poeta Charles Henri Ford.

18
1963

GERARD MALANGA EMPIEZA A TRABAJAR | POETAS DEL CENTRO | ANFETAMINAS | CINEASTAS DEL CENTRO | PELÍCULAS CASERAS CON JACK SMITH EN OLD LYME | JOHN GIORNO EN *SLEEP* | *KISS* | EL ENGAÑO

«Descubrimos que el joven es original de verdad: fantasioso, sardónico, incapaz de entablar una conversación seria. Es un cachondo».

20 de marzo de 1963

Mi dulce Gerry:
Estar tumbado a tu lado anoche fue algo divino. Llevaba mucho tiempo queriendo besarte y las copas que tomé me dieron el valor para hacerlo.
Te deseo el más feliz de los cumpleaños.

Te quiere,
ANDY

Es probable que estas palabras fueran (mal)escritas a máquina por Warhol en papel del Wagner College de Staten Island (pegado a Manhattan), que debió de tomar prestado o birlar a ese mismo «Gerry», presumiblemente Gerard Malanga, un guapísimo universitario que estudiaba en el Wagner con una beca de poesía y estaba celebrando su vigésimo cumpleaños. Malanga pasaría el lustro siguiente como uno de los ayudantes y compañeros más importantes de Warhol.

(Malanga ha insistido en que esa carta debe de ser una falsificación y en que jamás tuvo un encuentro íntimo con Warhol. No obstante, cuesta imaginar por qué o cómo alguien habría sabido o investigado su fecha de nacimiento, se habría agenciado papel del Wagner College, habría falsificado con éxito la firma de Warhol y luego ocultado la nota entre los papeles del propio Malanga del archivo de Harry Ransom en Texas, a la espera de que la redescubriera el autor en junio de 2014. Los archivos de Warhol contienen una nota suya escrita en papel del Wagner hacia 1963 para su marchante, Eleanor Ward).

A Warhol le habría costado mucho resistirse a Malanga, una belleza napolitana con acento del Bronx y un tupé de roquero que le daba un

aire de prostituto gay de clase baja. Ya en sus años de secundaria en la prestigiosa Escuela de Arte Industrial, su atractivo sexual lo había ayudado a abrirse paso en el mundo de la cultura local. Daisy Aldan, el profesor de inglés de la escuela y un personaje importante en la industria editorial vanguardista, se convirtió en el mentor de Malanga y lo introdujo en lo último en poesía y le presentó a quienes la escribían. «Todos esos poetas homosexuales querían acostarse conmigo; yo no sabía cómo decirles que no», recordaba Malanga. Uno de ellos era el poeta y cineasta *underground* Willard Maas. Tras unos cuantos sórdidos encuentros («primero venía el sexo, luego la poesía», recordaba Malanga), Maas lo tomó bajo su protección, proclamándolo un talento que tener en cuenta: «Al igual que Rimbaud, el genio de este joven poeta es inexplicable… y no me sorprendería que algún día él nos sorprendiera y lograse lo que consiguió Rimbaud». Aunque «inexplicable» y tanta «sorpresa» sugieren que Maas estaba apostando sobre seguro.

Fue Maas quien presentó a Malanga y a Warhol, hacia la Navidad de 1962, en una fiesta que dio para el cineasta radical Stan Brakhage, a quien el precoz poeta ya había entrevistado. Nuestro artista había acudido con su amigo Charles Henri Ford, el veterano poeta gay que había regresado recientemente a Estados Unidos y que había vislumbrado el estrellato que Warhol estaba reuniendo ya: «Oh, Charles —dijo Marie Menken, la mujer de Maas y una destacada cineasta bohemia—, regresas después de diez años y vuelves a estar inmediatamente en el ajo. Te presentas aquí con Andy Warhol». El susodicho recordaba cómo había «asustado de veras» a Malanga en su primer encuentro. «Él creía que le iba a hacer proposiciones sexuales». La felicitación de cumpleaños de Warhol a Malanga sugiere que podía haber hecho justamente eso.

Por lo visto, ambos perdieron el contacto durante otros cuantos meses, hasta que Charles Henri Ford volvió a reunirlos en un recital poético. Este sabía que Warhol necesitaba un nuevo ayudante tras haber perdido recientemente al anterior. En una diapositiva en color de mayo aparece nuestro artista recibiendo ayuda de un guapísimo joven roquero que ha llegado hasta nosotros tan solo como «Max». Malanga parecía un excelente sustituto: había estudiado diseño gráfico y publicidad en secundaria —«Me estaba preparando para llegar a ser artista comercial en Madison Avenue»—, y también tenía una experiencia notable con las serigrafías, pues había pasado un verano estampando tejidos para una empresa dirigida por un amante que había tenido en el instituto. Una vez que Warhol se enteró de que el apuesto y bien formado Malanga necesitaba un empleo de verano y que trabajaría por 1,25 dólares la hora, el salario mínimo —«No sabía que se podía ganar más», decía Malanga—, le pidió que empezara de

inmediato.

Un par de días después Malanga pasó una mañana aprendiendo el oficio en el parque de bomberos. En las fotos aparece ayudando con un *Desastre del atún*, aunque más tarde contaría que primero había trabajado con Warhol en una Liz Taylor. Esa tarde nuestro artista le enseñó su casa por primera vez. Allí estaba Julia Warhola preparando un almuerzo a base de hamburguesas «checoslovacas» (carne de ternera picada con cebolla y ninguna sopa enlatada a la vista), además del caos habitual de piezas del patrimonio cultural norteamericano, revistas de cine, gatos (dos de ellos, siameses) y una pila de cuadros de *Sopas Campbell's*, todo ello envuelto en el rock más reciente. (Aunque no, como Malanga ha asegurado con frecuencia, la canción «Sally Go 'Round the Roses», pues esta no se estrenó hasta finales de ese verano). Según el relato del poeta, que se antoja inverosímil habida cuenta de sus previos encuentros, no cayó en la cuenta de quién era su jefe hasta que vio algunos cuadros de *Sopas* en la casa aquel día: «¡Claro, por supuesto!… Ahora sé dónde he visto sus pinturas antes. Este es el tipo sobre el que había leído en la revista *Show*. Es uno de esos artistas pop». A las pocas semanas, Malanga había enviado a Warhol una fotografía suya con la dedicatoria «Para Andy "Pie" con admiración y amor, Gerard»; una señal de que, desde el primer momento, puede que la suya no fuese la típica relación entre un artista y su ayudante. También le regaló una sudadera del Wagner College, que se convirtió en la prenda favorita del artista, quien aparece en unas fotos de dos años después muy cómodo en la cama junto a un Malanga completamente desnudo.

En el estudio del parque de bomberos trabajaban pocas horas, más o menos de once a cinco, y Malanga recordaba la atmósfera como «muy relajada». Una vez terminada la jornada, Warhol pagaba a Malanga la carrera de taxi de dieciséis kilómetros hasta su casa en el Bronx, una historia que o bien refuta la reputación de tacañería de Warhol, o bien confirma su afecto hacia su ayudante.

La presencia del joven en el parque de bomberos solo ejercía una modesta influencia en el arte que allí se hacía. Básicamente permitía a Warhol imprimir más imágenes y más deprisa, así como hacer cuadros más grandes a partir de pantallas más grandes, aunque llevaba algún tiempo trabajando con formatos extensos antes de la llegada de Malanga. Ambos hombres desarrollaban un impresionante paso a dos cuando trabajaban, tendían el marco de impresión, lo entintaban y luego pasaban la regleta de lado a lado con una maravillosa economía de movimientos.

Con su mera presencia, Malanga provocaba asimismo un importante efecto en la dimensión conceptual del arte de Warhol, donde los cuadros pop hallaban buena parte de su significado. Contribuyó a dar

vida a una idea que había estado implícita en las serigrafías desde el comienzo y que nuestro artista mencionaba en ocasiones. Dado que esta técnica implicaba, en teoría, un acto puramente mecánico y que cualquiera podía llevar a cabo, prometía liberar a Warhol de la vieja idea romántica (del expresionismo abstracto de los años cincuenta) de que la mano del propio artista debería intervenir en la creación de cada obra, revelando su genio y su alma.

Cuando Warhol todavía serigrafiaba por sí solo, un crítico lo había descrito como «un taller de Rubens de un solo hombre, que realiza sin ayuda de nadie el trabajo de una docena de aprendices». La llegada de Malanga le permitió dar el paso siguiente: insistir (o al menos fingirlo) en que los artistas verdaderamente contemporáneos ni siquiera tenían que estar presentes cuando se realizaba su obra. Tan solo unos pocos meses después de contratar a Malanga, o quizá menos, Warhol y él seguían hablando de esa promesa de liberación como sumamente hipotética:

> **WARHOL:** Creo que sería genial que se encargasen más personas de las serigrafías con lo que, a su vez, nadie sabría si mi cuadro era mío o si era de otro…
> **MALANGA:** Bueno, yo podría hacer eso con tus serigrafías […]. Déjame ser el primer imitador.

El hecho de tener un ayudante —y posteriormente varios— permitía a esas «más personas» instalarse en el estudio de Warhol, que pudo avanzar hasta llegar a pronunciar sus célebres palabras según las cuales, gracias al serigrafiado, «uno de mis ayudantes o, para el caso, cualquier persona, puede reproducir el diseño tan bien como yo». Y ello significaba que su procedimiento llegó a estar en plena armonía con los productos de marca que utilizaba como tema. Nadie pregunta quién prepara exactamente la receta de Coca-Cola ni quién diseña las plantas que la fabrican o la embotellan. Una botella de Coca-Cola es el producto de la compañía Coca-Cola, y eso es todo cuanto precisan saber sus consumidores. Igual en el caso de un cuadro de Warhol. Al menos en términos retóricos y teóricos, podría considerarse el producto de una criatura corporativa llamada Andy Warhol, incluso si el hombre llamado así no hubiera participado directamente en su producción.

«¿Por qué no le hace algunas preguntas a mi ayudante Gerry Malanga? —le dijo Warhol a un periodista—. Él ha hecho muchos de mis cuadros […]. Yo me limité a seleccionar los temas, cosas que yo no tuviera que cambiar mucho».

Por muy crucial que fuera el papel desempeñado por Malanga en la concepción de Warhol de su arte, es probable que este nuevo asistente ejerciese un efecto casi igual de importante fuera del estudio, en la vida social y cultural de nuestro artista. Como un poeta

inesperadamente maravilloso y precoz —no era ninguna estrella pero estaba ganando premios—, Malanga allanó el camino de entrada de Warhol a la cultura juvenil naciente y a su nuevo *underground*. Durante la mayor parte de los años cincuenta, nuestro artista se había identificado principalmente con un mundillo de «decoradores» gais que estaba muy segregado de la vanguardia dominante; una contracultura tal, en esa era de Eisenhower, que solamente podía funcionar en los márgenes. Ahora, con la ayuda *hipster* de Malanga, podía sumarse a la multitud. Nathan Gluck, el asistente comercial de aquel mundillo en ciernes, desaprobó al nuevo empleado desde el día en que llegó, luciendo, como él mismo recordaba, «largos rizos de niña y un abrigo de pelo de caballo que llegaba hasta la acera». (Debió de evocar esa imagen del poeta de más avanzados los años sesenta; cuando este entró en escena, en las fotos aparece luciendo su tupé).

Warhol y Malanga hacían frecuentes incursiones al centro para asistir a recitales poéticos y a otros eventos de esa índole en el East Village, donde el joven era conocido: «Malanga era un poeta aceptado; no era grande, pero formaba parte de la escena», decía un observador.

El Café Le Metro, por ejemplo, acababa de abrir sus puertas en la Segunda Avenida como una suerte de versión sesentera del Serendipity, vendiendo antigüedades, capuchinos y postres, pero albergando asimismo lecturas para Malanga y otros así. Warhol soportaba esas salidas «como un auténtico veterano», recordaba el poeta, y se le daba especialmente bien denunciar cualquier «sensiblería» en la nueva poesía. «Solía asistir a cualquier cosa en aquellos tiempos —recordaba Warhol—. Sentía curiosidad». Llegó a conocer y a entablar amistad con radicales culturales de la talla de Allen Ginsberg y su pareja, Peter Orlovsky, así como el extravagante pillo Taylor Mead, cuyos libritos de poesía comenzó a coleccionar enseguida. «Él se fijó por entonces en Taylor Mead —recordaba el poeta Charles Henri Ford—, cuando yo ni siquiera lo había leído, y eso que yo soy escritor».

Por su parte, Warhol llevaba a Malanga al oeste, al mundo del baile y los *happenings* que había conocido en la iglesia Judson y donde ahora se estaba convirtiendo al menos en un actor secundario. Malanga recuerda haber tenido que ir a comprar la pintura fosforescente con la que su jefe debía contribuir al diseño de una obra de la Judson. Warhol estaba ya lo suficientemente introducido en ese mundillo para que los artistas de *performances* radicales le enviasen anuncios y copias de sus guiones e ideas. A mediados del invierno podía vérsele entre los invitados a un taller de *performances* de *El holandés*, una obra radicalmente política del escritor y activista negro LeRoi Jones, que estaba a punto de cambiar su nombre por el de Amiri Baraka.

Y sin embargo, decía Malanga, Warhol seguía dando la impresión de ser «una especie de Peter Pan, muy tímido, muy reticente, muy entusiasta».

Un entusiasmo que tal vez contara con algo de ayuda. Warhol decía que había empezado a tomar anfetaminas —a la sazón un medicamento del todo legal prescrito con receta— por la época en la que conoció a Malanga, «porque estaba constantemente preocupado por mi peso». Es probable que la explicación tuviese su fundamento. En las fotos de principios de los años sesenta aparece con un poco de barriga, y pocos años después su médico le recomendaba que perdiese peso e hiciese más ejercicio; Malanga recordaba que su nuevo jefe estaba «algo rechoncho» cuando se conocieron y antes de que ambos empezaran a comprar las píldoras para adelgazar en una farmacia cercana. En 1960, Warhol ya se había gastado cien dólares en una bicicleta estática —que todavía andaba rondando por ahí en las fotos de sus estudios posteriores—, mientras que en el otoño de 1963 pagó otros ciento cincuenta dólares en las últimas cuotas de un gimnasio, en esta ocasión el Al Roon's Riverside Club en el Upper West Side. Warhol, que era de los primeros en adoptar casi todas las tendencias, se subió al carro del *fitness* antes que la mayoría de los neoyorquinos.

Sin duda, nuestro artista tenía que mantener su belleza para competir con el apuesto Malanga y con los demás jóvenes hermosos de la escena, así como para atraerlos. Por otra parte, el *speed* es una droga en cualquiera de sus nombres al uso: *dexies*, *benzies*, *black beauties* u Obetrol, la marca farmacéutica que le prescribían a Warhol «como necesaria para tener energía y como ayuda para la reducción de peso». Cualquiera que sea su composición, todas estas drogas tienen la misma forma de hacerte sentir vivo y desbordante de energía, al menos hasta que te da el bajón. Prácticamente todo el mundillo del centro neoyorquino consumía algún tipo de estupefaciente. «El *speed* no se consideraba por entonces una droga dura», decía la poeta Diane di Prima. Sus memorias de la época hablan de todas las anfetaminas que ella «echaba en tazas de café y tragaba con los bollos del desayuno». Algunos de sus amigos de los años sesenta llegaron a ser auténticos fanáticos del *speed*, pasando de las píldoras al polvo y las inyecciones, consumiendo en exceso y con demasiada frecuencia.

Warhol probablemente nunca llegó a ese grado de adicción. El Obetrol no era tan fuerte, aunque no hay forma de saber cuánto tomaba; una dosis «recomendada» podía implicar hasta tres píldoras del formato más fuerte, y nos consta que a veces el artista tomaba más de una. Un entendido en drogas de la Factory describía el Obetrol de veinticinco miligramos, solo un poco más grande que la píldora estándar de Warhol, como «muy potente… el mejor. Era muy difícil de

conseguir, raro y muy bueno. Un buen colocón, un *speed* muy alegre y encantador». Pero cualquiera que fuese la cantidad de *speed* ingerida por Warhol (que debía de variar), era suficiente para producirle, como decía un experimentado usuario, «un excitante hormigueo en la boca del estómago y una fuerte sensación de que el tiempo se expande infinitamente, sin la farfulla y el rechinar de dientes del Dexedrine y muchas de las otras anfetaminas». Se conserva un rollo de película, es probable que del otoño de 1963, que muestra al pícaro poeta Taylor Mead pavoneándose por la casa de Lexington mientras Warhol, cual mayordomo, le sirve un frasco de *speed* en una bandeja, prácticamente la única vez que nuestro artista aparece en una de sus películas. A mediados de los años sesenta, Warhol le contó a un periodista que sobrevivía solo a base de Obetrol y café (y luego lo desmintió y aseguró que devoraba chocolate, frutos secos, grosellas y mazapán), y un acólito adolescente decía que una vez estaba almorzando con Warhol en el *diner* Schrafft's, de comida basura, cuando el artista comenzó a tragar *speed* de un pequeño pastillero. Al menos, decía un amigo, la droga le permitía al tímido artista «volverse sociable e interactuar con la gente y ser más juguetón».

Otro miembro del círculo de la Factory decía que Warhol y él habían hablado del papel que había desempeñado el *speed* en el arte de aquel, y habían coincidido en que la droga podía conferir una dimensión erótica a la muerte y al desastre, desde un suicidio hasta el duelo por Jackie Kennedy.

Cuesta imaginar cómo se las habría arreglado Warhol sin alguna ayuda química en esos primeros tiempos, con su doble carga de trabajo de anuncios y arte plástico además de una alocada vida social y cultural con Malanga. Durante las dos décadas siguientes aproximadamente, sin indicio alguno de tregua en su vida laboral ni social, Warhol parece haber seguido con un estimulante u otro. A principios de los años setenta hablaba de cómo «cuesta tanto levantarse por la mañana. Sería mucho más fácil quedarse todo el día en la cama, ¿no es cierto? Tengo que tomarme una píldora para ponerme en marcha». Por la noche, los tranquilizantes le ayudaban a detener la marcha.

Pero antes de que nadie se ponga a pontificar sobre el consumo de estupefacientes, valdría la pena considerar seriamente una idea expresada por el amigo y amante de Warhol John Giorno: «Las drogas pueden ser muy importantes para una persona en un determinado momento de su vida, porque le permiten darse cuenta de algo que quizá no había advertido». Las anfetaminas en particular proporcionaban «mucha adrenalina positiva e infinita. Si le das *speed* a una persona estúpida, obtienes un montón de ideas tontas, pero si le das *speed* a Andy Warhol, obtienes un montón de grandes ideas».

Cuando Warhol y Malanga salían por Nueva York, sus visitas más importantes, en términos de la historia del arte, solían ser al cine. El poeta decía que iban casi todos los días después del trabajo, y veían un buen número de películas populares. (Pero no, como se ha mencionado con frecuencia, *Los insaciables*, que se estrenó casi un año después). Más relevante era que ambos hombres veían asimismo filmes minoritarios como *Point of Order*, de Emile de Antonio, para el que simplemente enlazó vídeos de noticiarios de las audiencias anticomunistas de Joseph MacCarthy y eliminó la voz *en off* o cualquier clase de comentario. «Puro *art brut*», lo llamaba De Antonio. Malanga contó que Warhol y él diseccionaron la película durante la comida en su primer día en el parque de bomberos. Aquella fue una fuente evidente para la observación pura y sin comentar de las películas que Warhol estaba a punto de hacer, de un amigo durmiendo o de un rascacielos. De Antonio llevaba ya varios años profundamente involucrado en el cine alternativo, por lo que su mera presencia habría empujado a nuestro artista hacia la vanguardia de este medio artístico. Como Warhol le recordaría: «Veíamos sesiones dobles y tú hablabas de ellas y de las películas y yo empecé a hacerlas».

Ya en 1961, Warhol afirmaba públicamente, acaso bajo la influencia de De Antonio o recordando del panorama cinematográfico de su universidad, que estaba trabajando en «una película experimental». O puede que estuviera conectando, como de costumbre, con el más reciente espíritu de la época estadounidense. A los industriales en ciernes se les informaba por entonces que podían ganar dinero con los suministros para «el campo de la realización de películas de arte por parte de aficionados». En 1961, cuando Warhol se autodescribió como un cineasta, es probable que fuese un iluso o, a lo sumo, ambicioso, pero resulta fascinante que quisiera que la gente pensase que era verdad. Durante los dos años siguientes, sus agendas muestran que iba a ver películas experimentales de autores innovadores de la talla de Michelangelo Antonioni (su *Eclipse*) y Federico Fellini (*La dolce vita*), e incluso acudía a ver los filmes más extremos de los cineastas *underground* locales. Decía que decidió intentar unirse a ellos a principios de 1963, cuando De Antonio le llevó a ver *Sunday*, un audaz y rudimentario documental filmado cámara en mano sobre la policía despejando Washington Square de sus cantantes folk, que eran la punta de lanza de la revolución juvenil venidera.

Si, como Warhol afirmaba, esa película ejerció una influencia notable sobre él, la sala podría haber sido igual de importante. El documental se proyectó en las cercanías de Union Square, en el loft y filmoteca de Jonas Mekas, un referente en el nuevo movimiento

cinematográfico *underground* de la ciudad. Warhol «estuvo sentado ahí, en el suelo de mi loft, viendo películas durante meses», recordaba el cineasta, aunque ambos fueron presentados un poco después y trabaron una amistad de por vida. Las innumerables repeticiones de las mismas películas que acudió a ver Warhol le proporcionarían un curso intensivo sobre lo que podía ser la cinematografía más experimental. Mekas proyectaba obras radicales y sin argumento, de cineastas como Marie Menken, que había presentado a Warhol y a Malanga, y de Stan Brakhage, sobre quien Malanga ya había escrito. «Cuando ves las cosas una y otra vez comprendes lo que es bueno y lo que es malo, y así es como aprendió Andy a hacer películas, viendo interminables rollos de 16 milímetros», decía un novio de Warhol que le acompañaba a menudo.

Pero la película que sin duda generó nuevas ideas en nuestro artista debió de ser una obra llamada *Flaming Creatures*, la escandalosamente carnal obra maestra del cineasta *underground* Jack Smith, a quien Warhol se refería como genial, con su acostumbrada concisión. Mientras esta continuaba viéndose en proyecciones privadas en el loft —en un principio no estaba claro que pudiese llegar a exhibirse alguna vez en los cines—, Mekas la había descrito como «tan bella que me avergüenza incluso sentarme a ver las películas hollywoodienses y europeas actuales […]. Este filme será definido como una película casera pornográfica, degenerada, homosexual, trillada, repugnante, etcétera. Es todo eso y a la vez muchísimo más». A Warhol le habría costado resistirse a esa descripción, y no lo hizo: su novio recordaba que vieron la película «al menos veinticuatro veces». Era un loco desfile de travestis y mujeres y hombres desnudos, que se metían mano y retozaban bañados por una lluvia de yeso, bajo los efectos de «una enorme cantidad de alucinógenos». La camarilla ultrasecreta de homosexuales de Warhol de principios de los años cincuenta había salido por fin del armario para penetrar en la legítima vanguardia de los lofts de la ciudad. El pop art había sido prácticamente despojado de los ingredientes *camp* y *queer* de sus obras de la década de los cincuenta, exceptuando ciertos trasfondos sutiles, pero el cine estaba a punto de dejarlos aflorar de nuevo a la superficie.

El cambio se inició en el Connecticut rural, que no era precisamente el lugar favorito de Warhol.

Durante el año anterior nuestro artista había intimado con un pintor llamado Wynn Chamberlain. Ambos se conocían desde mediados de los años cincuenta, cuando este exponía sus cuadros de realismo mágico en la misma galería que el amigo de Warhol Dudley Huppler. Pero la amistad solo despegó una vez que Chamberlain se mudó a un clásico loft de artista en el barrio bajo del Bowery. El pintor era apuesto, bisexual e indiferente a las convenciones; lo opuesto a

Warhol en muchos sentidos y, por consiguiente, tanto más atractivo para él. Llegó a ser otra de las personas con las que este hablaba por teléfono a diario, así como otro de sus guías en el *underground* bohemio: «¿Qué hay esta noche? ¿Adónde vas?», preguntaba Warhol en muchas de sus llamadas.

Como escapada ocasional del asfalto urbano y para pintar en paz, Chamberlain llevaba ya algunos veranos alquilando un caserío y estudio en una vasta extensión en Old Lyme, Connecticut, propiedad de «la antigua familia de Nueva Inglaterra de unos ancianos nudistas y budistas». Un día, cuando Eleanor Ward, de la galería Stable, acudió a visitar el estudio con Chamberlain, quedó tan enamorada de aquel marco que alquiló un par de dependencias, e incluso decoró una de ellas con un lienzo de *Sopa Campbell's*. Chamberlain recordaba haber visto la obra como «un ataque directo a la función de la imaginación en el arte», llamado a sustituir todo cuanto la pintura moderna había sido hasta entonces. «Quedé tan impresionado por aquel cuadro, usado como posadero para chochines y como avispero, que empezó a asustarme; como una suerte de bomba de relojería cultural puesta en marcha en aquel viejo gallinero en los bosques de Connecticut».

Un fin de semana de agosto de 1963, Ward invitó a Warhol, a Malanga y a algunos otros a una estancia en el campo —aquel gallinero de piedra era una habitación de invitados—, y los astros warholianos se alinearon a la perfección. Chamberlain también había invitado a un notable artista, Jack Smith, que planeaba rodar su última película en la granja, en un set construido por Claes y Patty Oldenburg. El viernes por la noche, después de que Warhol y Malanga se hubieran instalado en el alojamiento de Ward, se presentó en casa de Chamberlain una procesión de eminencias del centro de Manhattan: la poeta y editora independiente Diane di Prima; el poeta élfico Taylor Mead, que ya había protagonizado una notable película de arte; el actor y entusiasta del *speed* conocido como Ondine, y el travesti Mario Montez. Jack Smith los llamaba sus «superestrellas», pero cuando Warhol los conoció y comenzó a hacer sus propias películas, no tardó mucho en tomar prestados a los actores, así como el término con el que aquel se refería a ellos.

Se sirvió la cena, acompañada de porros y pastillas, y el nutrido grupo se acostó donde pudo, como relata Chamberlain al recordar aquella noche de viernes:

> El sábado por la mañana temprano, Jack me despertó y me preguntó si podía pintar de rosa con aerosol el bosque de detrás del granero, junto con varias vacas que había localizado […]. Mientras Jack exploraba la propiedad en busca de exteriores, Claes estaba construyendo una enorme tarta de un metro ochenta de altura y seis metros de diámetro con una superficie firme, envuelta con lienzo y pintada de rosa.

El domingo, después de que se hubiera presentado el propio Michelangelo Antonioni para observar el proceso —nuestro artista había visto recientemente su *Eclipse*—, comenzó el rodaje. Warhol y Malanga acudieron desde la casa de Ward para verlo y participar en él.

La película de Smith, que no llegó a terminarse, iba a titularse *Normal Love*, si bien las secuencias que se conservan muestran que su amor estaba destinado a ser en todo momento tan anormal como cuanto sucedía en *Flaming Creatures*. Una de ellas, al más puro estilo de Busby Berkeley, se desarrolla encima de la gigantesca tarta nupcial de Oldenburg e incluye un buen número de bailarinas con diminutos biquinis rosas, mantones vaporosos, pelucas de lana y turbantes; y la mayoría de esas atractivas y sensuales mujeres, con las notables excepciones de una Di Prima ostensiblemente embarazada y la estrella del pop art Marisol, eran interpretadas por hombres. Cincuenta años después, Malanga se identificaba entre aquellos actores, con un bañador que todavía recordaba que había sido la última moda de Rudi Gernreich. Reconocía asimismo a Warhol de pie junto a él, bailando divertido el cancán «con un vestido rojo de fulana, con turbante rojo y sus características gafas de sol».

Esas escenas de Warhol bailando nos permiten ver que su personaje de artista pop comienza a relajarse, volviendo a dar cabida al juego de género que había abandonado al hacer sus primeros intentos como artista «serio» en los años sesenta. Pero lo que se conserva de *Normal Love* lo muestra asimismo en un papel aún más pequeño, como figurante, y que puede resultar más trascendental. En un momento dado, Warhol entra accidentalmente en escena con su propia cámara de cine, mientras rueda imágenes de estilo documental de Smith trabajando en su película. Estas secuencias fueron confiscadas más tarde y se perdieron: la policía se incautó de ellas junto con una copia de *Flaming Creatures* que andaba buscando, pero constituyen una de las primeras aventuras cinematográficas de Warhol.

Ese mismo verano le había picado ya el gusanillo del cine cuando Sally Chamberlain, por entonces la novia de Wynn y más tarde su mujer, le había prestado a Warhol una cámara que había pertenecido a su padre, «una cámara Bolex de 16 milímetros de 1929, con la que había filmado muchas películas caseras de nuestra familia», como recordaba ella.

Una vez que Warhol tuvo la Bolex en sus manos, ya nada podía pararlo. Filmó carretes encantadores de Ward y de los demás invitados bebiendo cócteles, haciendo volar cometas y dando vueltas por el campo de cróquet. La cámara capta a Marisol, Robert Indiana y Taylor Mead —da la impresión de que Warhol está registrando los círculos de

gran prestigio en los que ha entrado—, pero la imagen se recrea más y con toda la adoración en un hermoso poeta y corredor de Bolsa llamado John Giorno, «procedente de una familia de clase media, rica y heterosexual», como él decía. Su oscura belleza estaba a punto de convertirse en la fuente y el tema del primer trabajo cinematográfico verdaderamente grande de Warhol.

Ambos se habían conocido el otoño anterior, tres días antes de la inauguración del artista en la Janis. Habían estado saliendo casi a diario desde finales de invierno, cuando una cena en casa de Wynn Chamberlain, seguida de una visita a la iglesia Judson con motivo de un baile, había cimentado su relación. El pintor recuerda que Giorno había acudido a Lyme en busca de unos días de reposo campestre:

> Exhausto de su semana en Wall Street, Giorno estaba durmiendo en una de las habitaciones. Con curiosidad por saber dónde estaba John, al parecer Andy le localizó, instaló el trípode, enroscó la Bolex, enfocó a John, que todavía dormía, y comenzó a filmar. Cuando entré en la habitación, continuaba rodando y había utilizado mi último rollo de película.

Así nació la película emblemática de Warhol titulada *Sleep*. O tal vez no. Una de las cosas notables de aquel fin de semana en Old Lyme es que casi todas las personas implicadas —Chamberlain, Giorno e incluso nuestro artista— han hablado largo y tendido al respecto, pero también han dado versiones muy diferentes de lo ocurrido. En momentos anteriores de la vida de Warhol, él mismo se había propuesto enturbiar el registro histórico, pero siempre podemos abrirnos paso hacia la verdad. Aquí, en el momento en que comenzó a ser un personaje realmente importante, reina un nuevo nivel de confusión, que se mantendría hasta el día de su muerte. Cuanto más mítico se tornaba Warhol en su estatus como artista, más mitos empiezan a adjudicársele.

Merece la pena citar por extenso la versión, bastante diferente, de Giorno del Libro de Lyme; su primera de muchas, pero esta de solo siete años después del evento. Está escrita con algo del garbo de un poeta y, como demuestra el registro, también muchas licencias poéticas:

> Era una de esas sofocantes noches de junio a más de treinta grados. Yo estaba realmente borracho por el ron de 75 grados. Andy no había bebido porque había consumido mucho *speed*: Obetrol y Dexedrine. Perdí el conocimiento en cuanto mi cabeza cayó sobre la almohada. Me desperté para echar una meada cuando estaba saliendo el sol. Eché un vistazo y ahí estaba Andy, a mi lado en la cama, con la cabeza apoyada en el brazo, con los ojos como platos por el *speed*, mirándome. Le pregunté con boca pastosa: «¿Qué estás haciendo?». Andy dijo: «Mirarte».
>
> Desperté de nuevo y ahí estaban esos ojos de Bette Davis. «¿Qué estás haciendo?». Andy contestó: «Verte dormir». Volvía a quedarme dormido y me despertaba a ratos para ver si seguía haciéndolo. La vez siguiente me desperté

para hacer pis. Él estaba tumbado con la mejilla apoyada en la almohada, mirándome somnoliento. Consulté mi reloj. Eran las once y media de la mañana, hacía un calor abrasador y tenía una buena resaca. Le pregunté: «¿Por qué me estás mirando?». Él rio: «¿Para qué quieres saberlo?». La siguiente vez que me desperté, Andy se había marchado. Era la una y media de la tarde y había estado viéndome dormir ocho horas.

De esto nació la idea para la primera película de Andy Warhol: *SLEEP*. En el abarrotado tren de regreso de New Haven a Nueva York, me dijo: «Quiero hacer una película. ¿Quieres ser el protagonista? Quiero hacer una película sobre ti durmiendo».

«Por supuesto —le contesté, acercándome a él en el atestado tren—. Quiero ser una estrella de cine. Quiero ser como Marilyn Monroe». El aire acondicionado del vagón estaba estropeado y hacía calor. «Eso es lo que te he estado pidiendo».

La primera obra de arte cinematográfico de Warhol resulta tener sus orígenes en una intensa aventura amorosa homosexual.

Giorno siempre dormía profundamente, con ayuda, decía, de la bebida: «Cada vez que Andy telefoneaba, mañana, tarde o noche, me pillaba durmiendo. Me preguntaba: "¿Qué estás haciendo?", y yo contestaba: "Estaba durmiendo". O me decía: "No me lo digas, ya lo sé: estabas durmiendo"». La idea de Warhol era hacer un documento «duracional» ininterrumpido de esa impresionante somnolencia. Había una tendencia a observar de cerca mientras no sucede casi nada. Los cuatro minutos sin tocar el piano de John Cage constituían un célebre precedente. También lo era un concierto suyo al que habían asistido Warhol, Malanga y Giorno a principios de septiembre de 1963 —justo cuando *Sleep* estaba siendo perfeccionada—, que presentaba una composición de Eric Satie, «músico de la corte del dadaísmo», en la que un equipo de pianistas repetían el mismo fragmento de melodía durante casi dos días. Luego estaban los zumbidos interminables de La Monte Young, que había aparecido en ese artículo de *Harper's Bazaar* que Warhol había ilustrado hacía poco, donde figuraba una cita de Cage que describía cómo Young era capaz de «hacer que lo que yo pensaba que era lo mismo, no fuese lo mismo después de todo, sino que estuviese lleno de variaciones».

En 1961, un vanguardista llamado Jackson Mac Low había escrito incluso el siguiente «guion» para una película: «Selecciona un árbol. Instala y enfoca una cámara de cine de tal forma que el árbol ocupe casi toda la imagen. Enciende la cámara y déjala conectada sin moverla durante varias horas […] la palabra "árbol" puede sustituirse por "montaña", "mar", "flor", "lago", etcétera» (Mac Low nunca supo con seguridad si Warhol conoció ese guion antes de grabar sus propias películas estáticas). El baile en la Judson al que nuestro artista había asistido con Giorno la noche de su primera cena juntos había incluido de hecho una sección llamada «Sleep».

Giorno conserva gratos recuerdos de la primera noche de rodaje, en

su apartamento en la segunda planta de una casa adosada de la calle Setenta y cuatro Este, el mes siguiente a su estancia en Old Lyme: «Estaba desnudo y me estaba acostando. Y Andy dijo: "Señor Giorno, ¿está usted listo para su primer plano?"». Durante las semanas siguientes, la pareja regresaba a casa tras las proyecciones y fiestas nocturnas a las que acudían, consumía sus drogas preferidas —vodka para Giorno, Obetrol para Warhol— y se acomodaba para pasar la noche, el uno en la cama y el otro detrás de la cámara.

Hubo comienzos en falso. La película de Warhol avanzaba por la Bolex mediante un resorte que se activaba aproximadamente cada veinte segundos, de suerte que, cuando regresó del laboratorio fotográfico la primera remesa de carretes de tres minutos, estaban llenos de tirones que se habían hecho cada vez que la cámara se enrollaba. En una película posterior, cuando un montón de secuencias llegaron con defectos, Warhol concluyó que «eran artísticas a pesar de lo que habíamos hecho; cualquier desperfecto está bien», que era lo más cerca que llegó a estar jamás de un principio rector estético. Con *Sleep*, sin embargo, no estaba seguro del todo de llegar a ese extremo. Pidió consejo a un cineasta más experimentado, que le habló de un motor enchufable a la cámara que podía comprar, y con él las cosas fluyeron mejor. Uno tras otro, los carretes fueron expuestos a lo largo de una serie de noches, en las que el somnoliento Giorno se despertaba y encontraba pilas amarillas de cajas Kodak tiradas por el suelo y ninguna señal del hombre que las había usado. Había veces en las que Warhol entraba en la casa con su llave cuando Giorno estaba ya dormido.

«Fue un rodaje fácil —recordaba Giorno—. Me encantaba dormir. Dormía todo el tiempo, doce horas diarias. Eso era lo único que me hacía sentir bien: el olvido absoluto, descansando en un cálido mundo onírico, refugiándome en los reinos inferiores. Cuando estaba despierto, todo era horrible. Andy rodaba alrededor de tres horas, hasta las cinco de la madrugada, cuando salía el sol, y todo lo hacía él solo».

El rodaje en sí fue sencillo —apoyar la cámara en un trípode, enchufar un único foco y el motor del dispositivo, empezar a grabar—, pero no así el desafío de editar juntas las docenas y docenas de carretes terminados. Todas esas noches diferentes habían producido en realidad veintidós visiones distintas del amante de Warhol desnudo. Unas veces se le ve desde los pies, otras de costado, alguna desde encima del cabecero. La iluminación y la exposición también varían, y el encuadre puede oscilar desde tomas muy ajustadas, casi en primer plano, hasta perspectivas bastante amplias.

Warhol acabó percatándose de que la total incongruencia de su rodaje no funcionaba para la observación imperturbable que tenía en

mente. Debía seleccionar y editar juntas todas las tomas que fuesen similares y estáticas, una labor tan tediosa que se hartó de ella y se la encargó, como Tom Sawyer, a su amiga adolescente Sarah Dalton. «Cada vez que cambia drásticamente, tienes que cortarlo», le indicó Warhol, después de instruirla en los principios básicos del empalme de película. (De Antonio había editado su *Point of Order* en casa, donde nuestro artista podría haber tenido ocasión de observar y aprender el método). A fin de dar mayor uniformidad a la obra acabada, Warhol pagó asimismo para que duplicaran algunas bobinas, que luego añadió a la edición. La compleja realidad de su primera película importante desmiente el mito de que se había pasado a la cinematografía tan solo porque era más fácil que la pintura, que por supuesto se había facilitado extraordinariamente con su serigrafiado.

En octubre Warhol seguía grabando todavía nuevas bobinas, decía Giorno, porque quería que la película fuese tan monótona y arrulladora como una noche de sueño perfecto e ininterrumpido. Así resulta, en efecto, para cualquiera que haya resistido las cinco horas y media del filme. El valioso metraje quedó así al final, sin llegar al icónico sopor de ocho horas que Warhol había planeado y que incluso se había anunciado como próximo estreno en el número de diciembre de *Life*.

Pero la duración real no parecía importar. Desde el lanzamiento y durante las décadas posteriores, los anuncios, los reportajes y las críticas de la película han afirmado que duraba ocho horas enteras. De hecho, Warhol solo logró que la grabación llegara a sus cinco horas y media de sueño de Giorno insistiendo en que la película se proyectase mucho más lenta de como se había filmado. Esa era una nueva función de los propios proyectores de Bolex, que se anunciaban a la sazón como un «cambio mágico» que «convierte cualquier película en una extraordinaria cámara lenta».

Una de las diversas descripciones a menudo contradictorias que Warhol hace de *Sleep* la vincula con Hollywood y, por consiguiente, con sus anteriores cuadros de estrellas de cine: «La gente suele ir al cine únicamente para ver a la estrella, para devorarla, así que la película te ofrece al menos una oportunidad de observarla durante todo el tiempo que desees, sin importar lo que haga, y de devorarla a tu antojo». Pero la verdad es que Warhol, supuestamente obsesionado con el cine y la cultura hollywoodienses, pasaría en realidad una década haciendo películas que repudiaban casi todos los placeres fáciles que Hollywood siempre había representado.

La propia *Sleep* en realidad podría mantener un vínculo más estrecho con las primeras obras pop de Warhol, como las *Sopas Campbell's*, inicialmente interpretadas como pura observación, exentas de toda preocupación por el estilo, la emoción o incluso el arte. Su

única labor parecía consistir en señalar ciertos aspectos del mundo en «aislamiento y con austeridad», como escribió Geldzahler, logrando lo que los filósofos designan como simple «ostensión». Eso les confería su radicalidad. Se consideraba que esas obras mostraban que las ideas mismas de belleza, gusto y valor estético habían sido desbancadas o aniquiladas. Warhol comentó en cierta ocasión a un admirador de sus cuadros de Marilyn que le compensaría más hacerse con una foto de Marilyn, o mejor aún, con una foto de una foto de ella, pues cumplirían la misma función que sus serigrafías. Sin embargo, sus primeros objetos pop comenzaron a perder enseguida la originalidad y a parecer cada vez más un estilo de moda.

Con *Sleep*, Warhol volvía a representar algo al menos tan banal como una lata de sopa, empleando una técnica tan directa que un famoso crítico la definió como un «estilo sin estilo». De hecho, el carácter directo de la película, como el de las *Sopas Campbell's*, estaba en sintonía con, o influido por, un giro hacia lo puramente «observacional» que estaba en boga justo entonces entre los artistas. Una figura de la talla de Robert Rauschenberg había declarado para la revista *Time* que estaba intentando «matar» el íntimo «atributo de recuerdo» de sus primeras obras porque «la nostalgia tiende a eliminar algo del carácter directo. La inmediatez es lo único en lo que puedes confiar». A otro entrevistador le dijo que abrigaba «la posibilidad de que las cosas se viesen por sí mismas, evitando la representación». Justo antes de comenzar *Sleep*, Warhol se había enamorado de un nuevo libro que constaba de nada más que veintiséis fotos totalmente banales y sin inflexiones de gasolineras estadounidenses, obra del artista de Los Ángeles Ed Ruscha, que había sido compañero de galería de Warhol en la Ferus y le había regalado el libro en una salida por Nueva York. El carácter casi cinematográfico de la ostensión de Ruscha se estaba imponiendo ya en las películas que Warhol veía por entonces. El propio Jonas Mekas gustaba de apuntar con su cámara a cualquier cosa que ocurriera delante de él, mientras que su colega cercana Shirley Clarke cosechó mucho éxito con una película que pretendía ser un documental directo sobre un nido de traficantes de droga. Con la filmación de *Sleep*, Warhol llevó ese *cinéma vérité* hasta su conclusión lógica: nadie parece advertir jamás que su película podría considerarse el más puro de los documentales. (Aunque, al igual que todos los documentales, está cuidadosamente elaborada para conseguir su efecto de realidad).

Warhol hablaba siempre de su amor por el aburrimiento. En cierta ocasión se pasó horas escuchando las monótonas grabaciones de La Monte Young, cuando ya hacía mucho rato que su compañía de aquel día había huido. Gustaba de comparar sus propias películas estáticas con el venerable arte de sentarse en el porche o junto a una chimenea,

que produce un efecto relajante con solo mirarla. «Hago películas para leer junto a ellas, comer junto a ellas, dormir junto a ellas», decía Warhol (lo cual no significa que lo creyera). Stan Brakhage, un experimentador todavía más radical, decía que sus películas deberían verse en los salones, no en los cines, pero en realidad Warhol fue el primero en decirlo. Un comisario de arte le pidió permiso para proyectar *Sleep* en la pared de la galería «como un cuadro», el mismo tipo de visionado semiatento y relajado que empleamos la mayoría de nosotros a la mayor parte del arte de cualquier tipo casi todo el tiempo. Ahora bien, cuando una obra de arte plástico se contempla de esa manera, su reticencia y su reserva extremas —comparadas, pongamos por caso, con la canción y el baile del cine hollywoodiense — siempre nos invitan asimismo a indagar mucho más y entablar alguna suerte de conversación. Cabría decir que la invitación de *Sleep* a la contemplación prolongada es un modelo para toda observación del arte. «Cuando nada sucede tienes la oportunidad de pensar en todo», era otra frase de Warhol. Dada la oportunidad, el documental proporciona la ocasión para la contemplación y la cogitación extremas acerca de asuntos tales como la película, el tiempo y la atención, así como la relación de todo ello con nuestro cuerpo. Como decía Geldzahler en el comunicado de prensa con motivo de la primera proyección oficial de *Sleep*: «Descubrimos que es posible una mayor concentración en los elementos esenciales restantes cuanto más se elimina […]. Cada vez sucede menos en la pantalla, y acabamos satisfechos con casi nada, y la mínima variación en el cuerpo del durmiente o el menor movimiento de la cámara se nos antojan suficientemente interesantes». Todo esto resulta ser cierto para cualquiera que vea *Sleep* de principio a fin.

Un colaborador hablaba del auténtico amor de Warhol incluso por la más «aburrida» de sus propias películas: «Solía sentarse a verlas durante horas interminables, con una pierna cruzada sobre la otra, la cara apoyada en las manos y los codos en las rodillas, con absoluta fascinación». Otro testigo, que en un principio había pensado que las películas de Warhol eran una farsa colosal, cambió de parecer cuando echó un vistazo a su autor durante la proyección de una de ellas: «Había visto la expresión de su rostro con anterioridad en las caras de los dramaturgos y directores en las noches de los estrenos: sin lugar a dudas, estaba implicado emocionalmente con toda solemnidad y le preocupaba muchísimo la respuesta del público ante su obra».

Sleep solo llegó al público de manera gradual. Primero se proyectó en la habitación delantera de la casa adosada de Warhol, así como en «un viejo proyector repiqueteante» en el loft de Wynn Chamberlain, donde Jonas Mekas se enamoró de ella. Finalmente, consiguió una plena pero breve difusión pública a mediados de enero de 1964. John

Giorno da una posible explicación para los retrasos: «A Andy le aterrorizaba que se percibiese como una película gay en la que un homosexual filmaba a otro homosexual». ¿Cómo podría haberse visto de otra manera? Geldzahler comparó en cierta ocasión *Sleep* con una naturaleza muerta, pero tal vez fuera una especie de encubrimiento: está claramente mucho más viva que eso, su tema no es en absoluto inanimado y hay una mirada lasciva tras la cámara igualmente plasmada. Desde el principio, incluso las críticas que admiraban *Sleep* parecían afanarse por disimular el amor de hombre a hombre del que trata la película.

«Amor» parece ser la palabra adecuada. Pese al evidente atractivo sexual de Giorno, la mirada de Warhol parece mucho menos salaz que amorosa. Una mañana de ese mismo verano, nuestro artista rodó una película casera de un Giorno desnudo fregando en su cocina, bañada por el sol. Eso también podría haber parecido grosero y pervertido, pero en cambio parece hablar de un artista cautivado por el romance y el placer. Si hay una cosa clara en la vida de Warhol es que estaba desesperado por encontrar un amor y una relación de pareja profundos y a la antigua usanza, y que sufría una decepción interminable en sus intentos de hallarlos. No ayudaba el hecho de que estuviera convencido de su propia fealdad, a pesar de lo que cualquiera, incluido Giorno, pudiera decirle en sentido contrario. «Tenía un cuerpo hermoso —recordaba el poeta—. Estaba tomando pastillas para adelgazar, básicamente *speed*, y trabajaba todo el tiempo, creando con sus manos, haciendo serigrafías, que es una tarea bastante física. Así que estaba delgado y tenía los músculos bien torneados […]. Era como una estatua renacentista». Pero Warhol se negaba a creerlo.

Al mismo tiempo que estaba terminando *Sleep*, Warhol ya andaba proyectando *Kiss*, una obra que comenzó su andadura como un carrete tras otro de varias parejas abrazándose y en la que los besos recibían todo el tratamiento de la *Sopa Campbell's*.

«Los anticineastas están tomando el control —escribía Jonas Mekas —. ¿Andy Warhol está haciendo de veras películas o nos está gastando una broma? Esta es la comidilla de la ciudad […] ¿es esto el arte del beso o el arte del cine?». De hecho, la película de Warhol era la repetición de un cortometraje pionero y escandaloso de Thomas Edison titulado *The Kiss*, comentado e ilustrado en un libro que Warhol utilizó también como fuente para otras obras. («Me gusta Edison. ¡Oh, me encanta Edison!», dijo no mucho después, declarándose sumamente influido por las películas de «principios de los años diez, que por aquel entonces estaban en sus comienzos». Que tomen notan quienes le reprochan su incultura cinematográfica). El filme *Kiss* de Warhol es asimismo una referencia a otra vieja película

homónima, un vehículo silencioso de 1929 para su ídolo Greta Garbo; Warhol no pudo haberse perdido su proyección como la última película exhibida en el famoso cine de arte y ensayo de Nueva York en mayo de 1963. En otra evocación de los comienzos de Hollywood, su película *Kiss* se exhibió primero en varios episodios independientes con el título *Andy Warhol's Serial*, remedando a los dramas por entregas de los años veinte. Malanga, que era uno de los que besaban de forma más ardiente en la película, advertía asimismo una conexión de esta con el cine de posguerra, cuando la autocensura había hecho que todos los besos de Hollywood fuesen breves y dulces. Desde luego, no cabía decir lo mismo de los apretones de cuatro minutos de Warhol, que dan la impresión de ser interminablemente fuertes en las mandíbulas de los hombres y las mujeres involucrados, con mucha más acción lingual de la que permitían los largometrajes.

«¿Por qué no haces que se besen dos hombres? —le preguntó supuestamente Giorno en las primeras etapas del proyecto—. Sería algo muy hermoso». Al menos al principio, a Warhol le asustó la idea, al igual que le espantaba pensar que *Sleep* se viera como una insinuación de esos besos. La Nueva York de los años cincuenta y principios de los sesenta apenas era un espacio seguro para los hombres visiblemente homosexuales como él. Su amigo Taylor Mead hablaba de las palizas semanales que sufría incluso en el Greenwich Village, que se consideraba un paraíso gay. «Pasaba largos periodos de tiempo atrapado en la cafetería Waldorf de la calle Ocho con la Sexta Avenida mientras los jóvenes matones del barrio me hacían comentarios y gestos amenazadores». Uno de ellos le golpeó con tanta saña que le rompió los pómulos y las cuencas de los ojos. Esa clase de violencia estaba tan arraigada en la psique de los homosexuales que, para uno de sus primeros autorretratos fotográficos, Warhol se pintó en el proceso de recibir un puñetazo en la cara, con un efecto nada cómico; en los años setenta se retrató siendo estrangulado.

Para cuando Warhol estaba cogiendo una Bolex por primera vez, Jonas Mekas, padrino y protector de las películas vanguardistas, ya había explicado cómo la profusión de homosexualidad en el nuevo cine, «debido a su existencia al margen de las convenciones morales oficiales, ha desatado sensibilidades y experiencias que han estado en la base de mucha poesía magnífica desde el comienzo de la humanidad». Sin embargo, a Warhol le costó algún tiempo abrazar plenamente esa musa. Aquel verano de 1963, cuando hablaba de los cuadros porno fosforescentes que tenía en mente —«si entraba un poli, podías apagar las luces o volver a las luces normales»—, describía los «grandes senos» que serían sus temas. El porno se veía como el probable paso siguiente después del pop, recordaba el pintor homosexual Robert Indiana, que recorría los estudios neoyorquinos

con su amigo Warhol «solo para ver toda la pornografía realmente bastante cruda que se estaba haciendo». Pero no está claro que nuestro artista tuviera el valor, al menos al principio, de imprimir un sesgo *queer* a esa tendencia.

Si había homosexualidad visible en *Sleep*, podría hallarse tanto en su estilo como en su contenido. Como Susan Sontag escribió casi en ese preciso momento: «La relación entre el aburrimiento y lo *camp* no puede sobrestimarse», y *The New York Times* pasó luego a conectar los puntos entre lo *camp* y la propia *Sleep*. El periodista de *The New York Times* la criticaba como una de esas películas *underground* «casi insoportablemente tediosas», que son «*camp* solo en el sentido de que adoran lo banal y son sin duda "demasiado", pero no en el sentido de que deleiten o cautiven». *Sleep* era «demasiado» en parte por un exceso de cultura gay, y a la mayoría de los heterosexuales no podía parecerles cautivador. Un crítico temprano hablaba de «la idea, implícita en los cuadros de Warhol (y explícita en muchas de sus películas), de que una forma sumamente eficaz de captar la esencia de la Norteamérica burguesa es amenazar sus valores sexuales». En la cinta original de una célebre entrevista que nuestro artista concedió por la misma época en la que estaba rodando *Sleep*, aparece en realidad insistiendo en que se incluyan en la versión impresa sus referencias a la homosexualidad, solo para ver cómo se suprimían todos esos comentarios cuando se publicó la entrevista.

Durante las cuatro noches de estreno de *Sleep*, a beneficio de la Cooperativa de Cineastas de Mekas, la asistencia fue escasísima. En lugar de ayudar a Mekas a recaudar fondos, le hizo perder casi cuatrocientos dólares. El panorama parecía más prometedor cuando *Sleep* se estrenó en Los Ángeles, con quinientas personas en el cine al comienzo de la película; al final solo quedaban cincuenta, y algunas de las que se marcharon habían pedido que les devolvieran su dinero. «Vamos a salir todos a lincharte, amigo», le dijo una de ellas al gerente. Hubo que impedir que los asistentes se ensañaran con la pantalla, y un bromista corrió hasta ella y gritó «¡Despierta!» a la enorme oreja de Giorno.

«El cine *underground* es en gran medida una invención de la publicidad: a los estudiantes los engañan con *Film Culture* y *The Village Voice*, y después los engatusan con […] parodias de experimentación de Andy Warhol». Tal era la opinión de una figura de la talla de Pauline Kael, la vehemente crítica de cine de *The New Yorker*, y ella no era la única que pensaba que una película como *Sleep* —o, para el caso, cualquier otra película o cuadro de nuestro artista— era un engaño monumental y una broma que rehusaba aspirar a «la belleza,

la expresividad o el sentido». Lo cierto es que no estaba equivocada del todo. En efecto, hay algo deliberadamente absurdo, incluso estúpido e infantil, en el hecho de filmar a un amante durmiente y luego esperar que otros observen lo que has grabado, o de pintar todos los sabores disponibles de una marca de sopa. Marie Menken creía que su amigo Warhol solo estaba teniendo un berrinche contra el cine convencional, e incluso a Geldzahler le preocupaba que *Sleep* pudiera ser una *reductio ad absurdum*. Pero la absurdidad no es un defecto. Es parte del objetivo del pop, de su esfuerzo deliberado por desestabilizar y empujar más allá las concepciones habituales del mundo, los artistas y el arte. El humor es una de las herramientas del pop y a veces puede rayar en la payasada (¿y los diagramas de baile?).

El arte de Warhol genera interminables pensamientos profundos, pero no lo estás entendiendo si no te ríes también. En los primeros tiempos del pop, Roy Lichtenstein, presentado con frecuencia como el miembro más sobrio del movimiento, se afanaba en defender su faceta divertida: «Muchas personas se enfadan si encuentran en el arte algo supuestamente jocoso. Creen que te estás riendo de ellos en lugar de con ellos».

En su primera muestra en solitario en la Stable, Warhol optó por distribuir un «ensayo» sobre la exposición que en realidad era un falso trabajo de fin de grado escrito por una universitaria muy inteligente llamada Suzy Stanton. En mayo de 1962, en su tarea para lo que sería el primer curso sobre pop art, Stanton «registró» las reacciones variadas que ella y sus compañeros de clase tuvieron en una visita al estudio de nuestro artista, que en realidad solo había sucedido en su imaginación. Ahí estaba Warhol, en su debut neoyorquino, jugándose deliberadamente su reputación y su futuro como artista serio en una fantasía universitaria. (Se conserva el trabajo original, en el que aparece escrito el sobresaliente que le puso el profesor). Stanton estaba en México cuando Warhol la telefoneó, en una llamada de larga distancia, para pedirle permiso a fin de utilizar su ensayo, y podemos imaginarla boquiabierta por la carta que escribió a modo de respuesta. Él le prometió un cuadro como pago, pero cuando ella se presentó en su casa para recogerlo, él y un amigo estaban viendo una peli porno: la muchacha sintió tal bochorno que huyó con las manos vacías.

El pop llegó de la mano de una rica tradición bromista en el arte moderno. Tan solo unos años antes, el gran John Cage en persona había aparecido en un concurso de televisión, sonriendo alegremente mientras hacía música con radios y un pez mecánico, y mientras el presentador se burlaba de él. Los cuadros monocromáticos de Yves Klein habían sido igual de juguetones y traviesos. «Todo esto es bastante lunático», escribió un crítico sobre ellos. Al mismo tiempo que Warhol exponía en solitario en la Stable, triunfó en Nueva York la

locura de Klein, que era tan solo el último de una larga lista de artistas franceses de la *blague*. Ni siquiera el cubismo ofrecía auténticos logros en la pintura, decían algunos contemporáneos, sino que era simplemente una búsqueda deliberada de «nuevas sorpresas… un loco y perpetuo arte de aventajar a los demás». Y no les faltaba razón. El dadaísmo convirtió después las críticas de ese tenor en una declaración de intenciones, transformando la broma y el engaño en poderosas armas contra la autocomplaciente corriente dominante. Lo mismo harían cinco décadas después los herederos neodadaístas de ese movimiento. Remontándonos a 1912, un humorista gráfico francés bromeaba diciendo que el arte moderno acabaría haciendo que los artistas exhibieran lienzos en blanco. A principios de 1963, Warhol estaba haciendo justo eso, y decía jocosamente que lo hacía solo por el dinero.

«¿Parodia o arte?», rezaba el titular del reportaje sobre aquella panorámica temprana del pop exhibida en Washington, mientras que incluso un fan del movimiento lo calificaba de «insolente». Todavía en 1965 un célebre crítico de arte, todo indignado, se quejaba de que «la estrategia de los artistas pop es la parodia y la exageración». Cabía culpar de ello a Warhol más que a cualquier otro.

Cuando sus exposiciones en la Janis y la Stable seguían abiertas, una nueva revista de arte decidió abordarlo para su primera sesión de preguntas y respuestas: «Visitamos a Warhol en su estudio y descubrimos que el joven es original de verdad: fantasioso, sardónico, incapaz de entablar una conversación seria. Es un cachondo». En la propia entrevista, Warhol se encargó de estar a la altura de esa primera impresión de bromista. Insistía en responder «sí» o «no» a las preguntas más enjundiosas y, cuando pronunciaba más palabras, decía menos todavía:

P: ¿Cree usted estar insuflando vida en clichés muertos?
R: No.

O:

P: ¿Cuán cerca está el pop art de los *happenings*?
R: No lo sé.
P: ¿Qué intenta decir el pop art?
R: No lo sé.

Warhol podría haber dado respuestas muy jugosas y creíbles sobre esos asuntos. Había hablado en serio un año antes, cuando fue declarado por primera vez un «nuevo talento», y volvería a hacerlo un año después, cuando opinó que un artista que sea «realmente sincero respecto del trabajo» debería ser capaz de encajar cualquier crítica

demoledora, y que los artistas deberían dejarlo si ya no son capaces de crear el arte más comprometido: «No importa lo que hagas, solo que lo hagas bien». Pero aquí, en su primer gran momento sobre el escenario del mundo del arte, optó deliberadamente por hacerse el tonto. No obstante, sus tonterías eran una astuta autoprotección: sus monosílabos permitían que su arte hablase por sí mismo (no se trataba de ninguna falacia intencional por parte de Warhol), y evitaban asimismo la posibilidad de que sus palabras se enredasen al intentar seguir su arte ágil y su mente despierta. (Cuando menos, al aferrarse al «sí» y al «no» quedaba garantizada una gramática correcta). Pero harto más importante resulta el hecho de que, en esa entrevista, Warhol aparece como un pionero de una de las formas culturales características de los años sesenta: el «postureo».

«Lo que una vez fuera una táctica sorpresa ocasional —llamada *joshing* [tomadura de pelo] a principios de siglo y *kidding* [broma] desde los años veinte— se ha refinado como la base misma de una nueva modalidad de comunicación», decía el autor de un libro titulado, por supuesto, *The Put-On*, en alusión al «postureo», escrito cuatro años después de que Warhol hubiera lanzado esta nueva modalidad. El autor consideraba la película *Sleep* un engaño de primera, pero citaba a Lichtenstein y Oldenburg como cómplices perpetradores. Incluso Twiggy, la modelo británica que se convirtió en un icono del estilo de los años sesenta, se presentaba como alguien que da gato por liebre al público, con su peso infantil y su «pelo de corte masculino y como la paja». Sin duda, estos no podían aspirar a ser realmente un nuevo estándar de belleza.

Una nueva generación de estrellas del rock y del folk tomó el relevo de Warhol, de las que Geldzahler decía que ofrecían el único paralelismo con la «impenetrabilidad monumental» de su amigo artista. Bob Dylan adoptó el hábito de enredar a los periodistas —aparece citado en el libro sobre el postureo— y, en 1964, el falso documental *A Hard Day's Night* presentaba a los Beatles como el máximo exponente de los artistas del postureo. Estos aparecen en una melé de prensa que bien podría haber seguido un guion de Warhol:

P: Contadnos, ¿cómo habéis encontrado Estados Unidos?
JOHN: Girando a la izquierda en Groenlandia.
P: ¿El éxito ha cambiado vuestra vida?
GEORGE: Sí.
P: ¿Eres un mod o un roquero?
RINGO: No, soy un fullero.
P: ¿Qué nombre le pondríais a ese estilo de pelo que lleváis?
GEORGE: Arthur.

The Put-On cita una entrevista en la que el grupo respondió supuestamente todas las preguntas con las palabras «Guau, guau».

Warhol nunca llegó tan lejos como los Beatles en sus tomaduras de pelo porque sus bobadas estaban destinadas a tomarse en serio. En teoría había que contemplar la posibilidad de que fuese de veras un poco simple, mientras que, en el caso de los Beatles, se sabía que eran genios del rock (o al menos demonios) cuyas tonterías iban acompañadas de un guiño. La versión de Warhol de ese gesto residía básicamente en su arte, que siempre se debatía entre lo estúpido y lo inteligente, y rehusaba resolver la tensión entre ambos. Por muy en serio que uno quisiera tomarse sus obras, siempre cabía la posibilidad de que formaran parte de la «gigantesca estafa» del arte contemporáneo, «un refugio para los faltos de talento», como sugería *The Put-On*. La posibilidad era parte de su contenido. «La capacidad de sufrir engaños se ha convertido en una de las responsabilidades del público moderno», se decía en el libro.

Al estar dispuesto a ponerse en duda a sí mismo, el arte de Warhol estaba exhibiendo sus credenciales vanguardistas. Luego, su personaje de postureo empujó más allá todavía esa duda vanguardista al mantener en perpetuo movimiento todas las afirmaciones acerca de sí mismo y de su arte. Apenas existe una sola de sus declaraciones más célebres que no contradijera él mismo en algún momento.

¿Creía que todos conseguiríamos nuestros quince minutos? Depende de cuándo se lo preguntasen.

Los lunes le encantaba la sopa enlatada y los martes la presentaba como un signo de decadencia cultural.

Lichtenstein, Oldenburg y otros compañeros de Warhol estuvieron encantados de convertirse en maestros modernos acreditados una vez que el pop llegó a ser arte acreditado. Durante el resto de su vida desempeñaron un papel normal en alta cultura como creadores de objetos prestigiosos. En el caso de Warhol, sin embargo, el compromiso que había tenido siempre con lo vanguardista significaba que sus objetos eran meros síntomas y signos de un proyecto cultural mucho más amplio en el que mantenía su papel de bromista en el corazón. Su verdadera modalidad artística, perfeccionada de entrada en los primeros tiempos del pop, era el estado de incertidumbre que imponía tanto a su arte como a su vida. Jamás se sabía qué era verdadero o falso, serio o burlón, crítica o celebración. Él mismo presentaba esa incertidumbre como un importante hecho de la existencia: «En verdad, nunca se sabe. La gente miente. Quiero decir que puede mentir sobre cualquier cosa».

Un ensayo temprano sobre la enorme e inmediata influencia del arte de Warhol hablaba de su inestabilidad: «Parte de lo que torna supersofisticada la actitud son las ambigüedades que esta comporta. Se trata de un arte que puede ser una mofa o puede no serlo, un arte que parece más una mofa cuanto más se acepta como algo moderno,

más subversivo cuanto más de moda».

El análisis de la vida de Warhol nos deja precisamente en el mismo estado de indecisión que sus cuadros de las *Sopas Campbell's*. Nunca abandonó esa indecisión. En los años setenta, sus *Cuadros de orina* pedían ser considerados como serias abstracciones, pero también sacaban la orina de lo abstracto. En los ochenta, cobró por pinturas que servían como publicidad y vendió fotografías de anuncios como cuadros suyos. Lanzaba besos al aire en el Studio 54, pero se retrataba a sí mismo como una calavera que mira fijamente.

Incluso existía la posibilidad de que el postureo de Warhol fuese postureo. Es probable que sus adversarios imaginaran que su imagen de ironista diabólicamente ingenioso era un intento patético de ocultar su estupidez genuina. Sus admiradores, a su vez, podían imaginar que, en su genialidad, adoptaba ese postureo para camuflar la profunda seriedad de su proyecto pop, que difícilmente sería pop si transmitiera su gravedad.

¿Era su arte postureo o era el postureo su arte? ¿Era él mismo un bromista o un auténtico genio, un radical o un arribista?

Como el propio Warhol habría respondido: sí.

Trabajando en su estudio del parque de bomberos.

19
1963

ELVIS Y LIZ EN LOS ÁNGELES | CONDUCIENDO HASTA LOS ÁNGELES | RECEPCIÓN EN HOLLYWOOD Y MARCEL DUCHAMP | TAYLOR MEAD Y NAOMI LEVINE EN *TARZÁN* | DUELO POR J. F. K. | JACKIE | LOS CORTES DE PELO

«Puede que no exista otra persona que haya sentido y pensado tan profundamente como Andy. Está en la posición más fría y solitaria porque ha decidido aceptar toda la culpa y el horror».

Nunca sabremos si era básicamente porque Warhol era demasiado tacaño para ir en avión, o si tenía demasiado miedo, o si de veras quería ver a la plebe de la nación de la que, según sus críticos, trataba su obra. Sea como fuere, el 24 de septiembre de 1963, él y su reciente panda de amigotes se apretujaron en un Ford de segunda mano y partieron hacia Los Ángeles, donde estaba prevista la inauguración de la segunda exposición de Warhol en la Ferus seis días después. El coche, una furgoneta Falcon, pertenecía a Wynn Chamberlain, quien tendría que conducir. Ni nuestro artista ni su ayudante Malanga tenían carnet. (El permiso de principiante de Warhol de 1956 nunca había fructificado y nunca lo haría, pese a los lujosos coches que se compraba una vez que empezó a llegar dinero a raudales). Le contó a Chamberlain que quería conocer de cerca Estados Unidos, un país que de hecho apenas conocía, mientras que su amigo llevaba años atravesándolo. En el último momento otro conductor preguntó si podía acompañarlos. Se trataba de Taylor Mead, el actor *underground* y diablillo de veintiocho años a quien Warhol había conocido aquel verano por mediación de Geldzahler, y a quien había grabado con su Bolex en la casa de campo de Old Lyme. Mead sentía nostalgia de Venice Beach, decía Chamberlain, porque había vivido allí tiempos salvajes rodando una de sus primeras películas *underground*. «Telefoneé a Andy, que accedió a regañadientes a que Taylor nos acompañara». Su aceptación se debió sin duda a la creciente reputación de Mead. Un par de películas suyas habían sido aclamadas por Jonas Mekas como «provenientes de unos sentidos profundamente "trastornados" y liberados». El actor, que era un cruce entre Stan Laurel y Tiny Tim, había hecho incluso ese verano un llamamiento

público a la revolución en el cine y mediante el cine en la prestigiosa revista *Film Culture*. La reticencia de Warhol, si realmente la sentía, solo habría tenido que ver con la economía. En un principio le había propuesto el viaje a Chamberlain como una manera de ahorrar en el coste de hacer llegar sus obras a Los Ángeles, pero, al ocupar Mead espacio en el coche, no quedaba otra opción que enviar los cuadros.

Durante esa primavera y ese verano, el parque de bomberos había estado produciendo obras para llenar las paredes de la Ferus. Irving Blum había confiado originalmente en ofrecer una panorámica de la magnitud de la de Stable, demostrando a Los Ángeles que Warhol era algo más que el señor de las sopas Campbell's. Pero nuestro artista tenía otras ideas. Prefería dar paso a nuevas obras que encajaran con el entorno de Hollywood, como había propuesto más de un año antes cuando convirtió a Liz Taylor en su primera estrella serigrafiada. En marzo de 1963, al parecer Warhol habría cancelado una exposición en realidad ya del todo programada en París solo porque su marchante en esa ciudad, Ileana Sonnabend, insistía en hacer una panorámica en lugar de una muestra de sus nuevos cuadros, presumiblemente *Muerte y desastres*, que Warhol logró que expusiera allí nueve meses más tarde. Siempre sabía cómo mantenerse en sus trece.

Para Blum, Warhol creó una nutrida serie de imágenes de Elvis Presley de tamaño natural, serigrafiadas directamente sobre lienzo plateado, que sin duda representaba la gran pantalla de Hollywood, pero que también era un guiño a las pinturas de aluminio utilizadas por las estrellas del arte Jackson Pollock y Frank Stella, cuyas superficies metálicas gustaban en especial a Warhol. Apegándose al tema cinematográfico, este basó sus cuadros de Elvis en una foto promocional de *Estrella de fuego*, un wéstern de serie B estrenado en 1960 para sacar rédito de la celebridad de Presley. Al evitar el personaje roquero más sustancial y conmovedor de la estrella, que estuvo expuesto en una serigrafía en la Stable en noviembre, Warhol consiguió algo que encajaba mejor con el público hollywoodiense. Asimismo, se acomodaba a la lógica interna de su pop art a medida que este maduraba y ganaba confianza: Presley, como músico, tenía una importancia genuina que le acercaba más al Cordon Bleu que a la sopa Campbell's; un cuadro del hombre que había cantado «Heartbreak Hotel» difícilmente podía transmitir la ironía y la agudeza que se estaban tornando cada vez más centrales en el arte de Warhol. La representación del gran roquero habría parecido o bien una celebración ingenua de la cultura popular —lo que jamás fue su objetivo, dijeran lo que dijeran los críticos de arte—, o bien un ataque desacertado contra un innovador a quien cualquier auténtico vanguardista solo podía admirar. En cambio, Elvis como el protagonista ramplón gracias al cual se agotaban las entradas de

Estrella de fuego estaba obviamente disponible, incluso como un símbolo del prestigio perdido que conllevaba un atisbo de melancolía *camp*, a la manera del retrato fúnebre de Marilyn. (Ray Johnson, el modelo de Warhol en el vanguardismo, había realizado una *performance* titulada «Música fúnebre para Elvis Presley», poco antes de que nuestro artista comenzara sus cuadros del roquero para Los Ángeles; Johnson cortó y troceó una canción de Presley en acordes básicos seguidos por silencio).

En su encarnación *camp*, Elvis podía conferir incluso un poco de energía *queer* al proyecto de Warhol. El título de la película describe a su estrella como una criatura «llameante», y los cuadros de nuestro artista están creados en buena medida en torno a la entrepierna de Elvis, atractivamente enmarcada por su par de revólveres de seis tiros. Mientras desfilaban por las paredes de la Ferus, los cuarenta y ocho pistoleros de Warhol convertían la acción entre hombres insinuada en los anteriores *Diagramas de baile* en un hecho manifiesto, pero ahora con el añadido de la amenaza fálica de todas esas pistolas apuntando hacia nosotros. Warhol había planeado reproducir grabaciones de disparos dentro de la Ferus, y conseguir así que la muerte y el desastre típicamente norteamericanos estuvieran tan presentes allí como en las paredes de su parque de bomberos, cuando las serigrafías de suicidios habían estado en compañía de Elvis. De hecho, antes de enamorarse de la imagen del roquero, Warhol había planeado llenar la exposición con imágenes de los mayores asesinatos en la pantalla de Hollywood, como un híbrido entre sus *Desastres* y sus obras dedicadas a las estrellas de cine.

Como sucede con tanta frecuencia con Warhol, sus imágenes aparentemente populacheras de Elvis podrían haber tenido raíces intelectuales en el mismo libro de teoría cinematográfica francesa que se vinculaba con sus *Marilyns*. Malanga descubrió cuánto valoraba su jefe ese libro un día en que lo «tomó prestado» de la estantería sin preguntar, y luego supo que Warhol lo había advertido y le pidió que lo devolviera. Años más tarde, Malanga se percató de que el libro contenía pruebas de otro tipo de préstamo: en su cubierta interior se alineaban diez imágenes de un Marlon Brando armado, perfectamente evocadas en la fila de *Elvises* de Warhol. Ni siquiera un «apropiador» tan valiente y descarado como él pregonaba siempre sus préstamos.

En las fotos del estudio de Warhol aparece probando dos opciones para la exposición de la Ferus, colgando un rollo enorme de *Elvises* como un friso gigante, pero también cortando y tensando otros lienzos para mostrar figuras únicas y *Elvises* de dos en dos. Todos esos avatares del Rey se hallaban en el estudio de Warhol en compañía de la propia Liz Taylor, que estaba siendo serigrafiada por la misma época que el roquero. La imagen de la actriz, que había lanzado a

Warhol a su carrera de fotoserigrafiado casi exactamente un año antes, se estaba expandiendo ahora en una serie, lista para el primer plano hecho por nuestro artista en Hollywood.

Cuando llegó la hora, Blum desterró los diez cuadros de Liz a la trastienda de la galería, donde solo podían verse previa petición. El hecho de que fuesen prácticamente idénticos debió de haberle hecho reflexionar; ni siquiera a él podría haberle gustado tanto semejante reproducción casi mecánica. Cuando había expuesto las *Sopas Campbell's* en 1962, al menos podía vender diferentes sabores.

Todos los cuadros de la Ferus se habían enviado con antelación y habían llegado a Los Ángeles como dos cajones llenos de *Lizes* estiradas además de uno o dos rollos enormes de lienzos serigrafiados con *Elvises*, acompañados de bastidores, pero sin ninguna instrucción sobre dónde cortar el rollo.

«Lo único que quiero de veras es que se cuelguen borde con borde, que cubran toda la galería —le habría indicado supuestamente Warhol a Blum—. Siempre y cuando logres eso, hazlo lo mejor que puedas». Al final se pagó a Billy Al Bengston y Robert Irwin, dos artistas de la Costa Oeste que pronto alcanzarían la fama, para extender las nuevas obras de su rival de otra ciudad. Estos cortaron los lienzos donde y como consideraron oportuno, y tan rápido como pudieron, habida cuenta de la irrisoria cantidad que iban a percibir. Las viejas secuencias y fotografías muestran ondulaciones en los cuadros debido al tosco trabajo de los dos hombres. «Todos estaban indignados porque no había ninguna marca [de corte] en ellos —recordaba Bengston—. Yo dije: "¡Qué más da, son todos una mierda!"». Los nuevos y sexis *Elvises* de Warhol estaban destinados a encontrar resistencia en la Ferus: su elenco de artistas eran conocidos como los Sementales. «Éramos todos unos machotes… no íbamos a ser unos afeminados», decía un pintor muy conocido. El Barney's Beanery, su célebre lugar de reunión, tenía un letrero que rezaba PROHIBIDA LA ENTRADA A MARICAS.

Para cuando Warhol partió a fin de reunirse con su *Elvis* en Los Ángeles, se había encargado de que le precediese un rumor estelar. Un amigo de la revista *Glamour*, de nombre muy acertado, había organizado las cosas para que Jean Seberg, presentada como una joven actriz que acababa de alcanzar el estrellato, fuese fotografiada en el estudio de Warhol delante de sus *Elvises*, y otro amigo manejaría la cámara. (La carrera de nuestro artista seguía forjándose, como siempre, en torno a la red social). La relación con Seberg tenía su sentido —la nueva película de esta trataba de una pésima estudiante de arte angustiada— y a Warhol no podría haberle importado demasiado que dedicaran veintiséis frases a la actriz y solo tres a su exposición en Los Ángeles. En todo caso, las nuevas obras de arte que

había creado para la Ferus trataban precisamente de corregir ese desequilibrio: utilizaban estrellas de cine para desplazar la atención del público hacia él.

Recostados sobre colchones en la parte trasera de la furgoneta —una ventaja de haber enviado por adelantado los *Elvises*—, Warhol y Malanga leían revistas mientras Chamberlain y Mead, envueltos en una nube de marihuana o acelerados con *speed*, les llevaban volando por el nuevo sistema interestatal de autopistas. «Era como si nos llevaran a recorrer el país en una furgoneta», recordaba Warhol. Los dos chóferes eran unos jóvenes conductores entusiastas, por no decir otra cosa. Había momentos en los que llamaban a la muerte. «Estábamos atravesando un completo desierto, era como James Dean cruzando una inmensa llanura —recordaba Mead—. Llegamos a un cruce. Wynn avanza y un coche… aquel fue casi el final para todos nosotros. Cinco minutos después en un silencio absoluto, Andy dice con su tímida voz: "Wynn, ¿dónde estabas?". Deberían llamarlo "Andy el Supertranquilo", pues lo estaba incluso cuando se enfrentaba a la muerte».

En casa, su madre se quedó preocupada por el viaje en coche y se dedicó a llamar a la madre de Malanga para tranquilizarse mutuamente. Esta tenía un motivo adicional para la angustia: la presencia de Gerard en la expedición significaba que estaba renunciando a su tercer semestre como estudiante becado en el Wagner College. Solo volvería allí un semestre más.

Los cuatro chicos atravesaron New Jersey y Pennsylvania —Warhol pidió pasar a toda velocidad por su estado natal—, y después Ohio, Indiana, Missouri, Kansas, Oklahoma, Texas, Nuevo México y Arizona, donde Malanga se puso poético con los espejismos en las carreteras. Mientras Warhol avanzaba por la legendaria Ruta 66, su tierra natal se mostraba en todo su esplendor chabacano y consumista, como seguramente esperaba e incluso deseaba. El pop no dejaba de ser comparado con las vallas publicitarias (Jim Rosenquist había pintado de veras algunas en cierta ocasión) y ahí estaban las originales, vendiendo Brylcreem y Burma-Shave a todo aquel que pasaba conduciendo. Hamburguesas del tamaño de edificios suplicaban a la pandilla de Warhol que parase a comer, como si Claes Oldenburg hubiera llegado allí antes que ellos.

Casi dos décadas después, un escritor fantasma haría que Warhol hablase de la forma en que el pop art abrió los ojos de aquellos viajeros a los deleites de lo bajo: «Cuanto más conducíamos hacia el oeste, más "pop" parecía todo en las carreteras […]. Una vez que entendías el pop, ya no podías volver a ver un cartel con los mismos

ojos». Pero sucedía más bien al revés: los expertos de la nación gustaban desde hacía mucho de sus glorias de carretera y ello había empujado al arte plástico a apropiarse de ellas. Cuando Warhol estaba a punto de inaugurar su muestra en solitario en la Stable, antes de que el pop arte fuese reconocido como una fuerza, los diseñadores al día de la revista *Show* publicaron un reportaje fotográfico clásico sobre la baja cultura estadounidense: Elliott Erwitt, el célebre fotógrafo callejero, había fotografiado carteles de comida con forma de alimentos, los moteles más destartalados e incluso un cementerio de mascotas. Como tantos de sus colegas, se estaba deleitando claramente con una estética de lo que es tan malo que resulta bueno. Mientras Warhol se dirigía a Los Ángeles, las carreteras de la nación no hacían sino confirmar que su arte iba por buen camino.

No es que nuestro artista estuviera dispuesto a utilizar la popular cultura estadounidense mucho más que como inspiración. Dormían en alojamientos perfectamente burgueses, en los que Chamberlain y Mead compartían una habitación y Warhol y Malanga, otra. (El poeta descubrió que su jefe llevaba peluca una mañana en la que el kit de pegamento quedó a la vista). Cuando llegaba la hora de las comidas, nuestro artista evitaba los estrambóticos *diners* que prefería Mead y buscaba en cambio pulcros asadores («mierda semielegante», en palabras del escritor) que aceptaban su lujosa tarjeta de crédito Carte Blanche. Pese a fingir lo contrario, los gustos gastronómicos de Warhol tendieron a ser más elevados que bajos a lo largo de su vida. Mead lo recordaba como «bastante carnívoro», y en cierta ocasión le insistió en que probara algo más apto para la carretera: «Por supuesto, escogí un restaurante de camioneros, un magnífico restaurante de camioneros en medio de Kansas, creo recordar, y cuando entramos todos quedaron fascinados con Andy Warhol; jamás habían oído hablar de él […]. Pero les parecía un fenómeno». El excéntrico cuarteto difícilmente podía ignorar la amenaza que acompañaba a esa fascinación, rumbo a la gran divisoria continental. «Andy estaba un poco nervioso por la experiencia —escribió Mead en sus memorias inéditas—, y todos reconocimos el peligro potencial de una u otra forma, como un linchamiento en algún lugar de Oklahoma […]. Éramos una pandilla de maricas, aunque Wynn y Gerard eran más curiosos que entusiastas».

Mientras atravesaba el continente con Warhol, Mead ofreció hacer felaciones a un buen surtido de gasolineros. «Había mucha tensión en ello, pero tensión de la buena, interesante. —Mead recordaba con cariño esas aventuras juveniles—. Nunca sabías si la persona era gay, receptiva o lo que fuese; si te iba a pegar una paliza o no».

La osadía sexual de Mead parece que desencadenó una respuesta extraña y desagradable por parte de Warhol y Chamberlain una vez

que llegaron a Los Ángeles. Con la excusa de conseguir que el escritor se «relajase» antes de un importante recital de poesía, le enseñaron sus genitales —«Andy tenía un pene grande y gris»— y trataron de que les hiciera una mamada. «Una pareja de colegiales treintañeros emperrados en joder la noche del triunfo individual de su compañero»: así describió Mead a sus dos «amigos». («Andy era un genio. Hitler era un genio. ¿Quién necesita genios?», concluyó).

Puede que Warhol y Chamberlain estuvieran vengándose de Mead por sus correrías y retrasos en la carretera. «Teníamos que llegar a Los Ángeles en una fecha determinada y cada minuto contaba —recordaba el segundo—. Andy consultaba su reloj mientras Taylor se entretenía, Gerry roncaba en el asiento trasero y yo enloquecía en silencio».

El calor no habría ayudado, pues en aquellos días solo los coches lujosos tenían aire acondicionado. Cuando por fin llegaron a Los Ángeles, tras cuatro locas jornadas de conducción, el final de una ola de calor elevaba la temperatura por encima de los treinta y ocho grados. La mayoría de los hoteles estaban completos por un partido de béisbol, así que terminaron en un motel costero en Venice Beach, el Surf Rider Inn. Mead había pasado por la zona un par de años bohemios, incluso había actuado en *Passion in a Seaside Slum*, la película que Chamberlain le había mencionado a Warhol: «Yo interpretaba a un marica de playa que intenta ligarse a un pescador y, con la antena de mi radio portátil a modo de varita mágica, me ponía media docena de vestidos de mujer en un intento vano de seducirlo». El alojamiento de Warhol en el Surf Rider le situaba entre los artistas y bohemios de la ciudad: Claes y Patty Oldenburg acababan de llegar de Nueva York a un lugar cercano, al igual que John Chamberlain, y Jack Smith también estaba de visita. Pero la nueva ubicación implicaba asimismo un largo trayecto hasta todos los eventos del artista, que estaban en el sur y el este de Los Ángeles.

La noche de su primer día en la ciudad condujeron hasta las colinas de Hollywood y la nueva casa que tenía el empobrecido actor Dennis Hopper con su elegante esposa, Brooke Hayward, que eran admiradores de Warhol desde su exposición de las *Sopas Campbell's*. En su visita a Nueva York la primavera anterior, la pareja había comprado uno de sus cuadros de la *Mona Lisa* y, al enterarse de la próxima exposición en la Ferus, habían prometido a Warhol que organizarían una fiesta al más puro estilo de Hollywood si acudía a Los Ángeles para su inauguración. Los Hopper gustaban de una decoración a base de los mismos objetos artísticos populares y nostálgicos que nuestro artista, lámparas de Tiffany y otros artículos como los del Serendipity, pero en su fiesta se habían inclinado más por el pop. Con el fin de prepararla, Hopper había acudido a una empresa que imprimía vallas publicitarias para que empapelase su

baño de la planta baja. En una pared aparecía una pareja comiendo perritos calientes, al doble o al triple del tamaño natural, que podían haber salido directamente de un cuadro de Rosenquist; el toallero estaba colgado en una gigantesca sonrisa de mujer. La comida de la fiesta también era de estilo pop: perritos calientes y chile, comprados en un puesto de perritos que Hopper había conseguido que llevasen a su casa. «Un año después de su exposición de latas de sopa en la galería Ferus —recordaba el actor—, Andy llega a Hollywood y ve un ambiente que realmente acepta esa nueva clase de arte. Aquello era muy emocionante para todos». Su mujer recordaba cuánto deseaban impresionar a Warhol. Y lo lograron.

«Cuando llegamos, Dennis Hopper nos dio una fiesta de estrellas de cine que resultó maravillosa —recordaba Warhol—. Estábamos deslumbrados […]. Yo era el más impresionado de todos con lo colorida que era su casa; eso fue lo que me sorprendió en realidad». También debió de impresionarle el hecho de que Brooke Hayward les ofreciera a él y sus compañeros alojarse en la suite de su padre en el lujoso hotel Beverly Hills, al final de la calle. «El desayuno era delicioso, con estupendos panecillos y zumo de naranja», recordaba Mead, pero también que se aburrían como ostras y que regresaron a las regiones más salvajes del Surf Rider al cabo de un par de noches.

Los invitados a la fiesta de Hopper parecían salidos de los ecos de sociedad de Hollywood. Mead recordaba haber visto a Peter Fonda, «vestido con traje y corbata y con aspecto de matemático», y también a una estrella del cine de acción «sexy, oscuro, fuerte y apuesto, que me tiraba los tejos». Parece que Warhol estuvo más interesado en invitados tales como Sal Mineo, que había interpretado a un adolescente homosexual en *Rebelde sin causa*, y Dean Stockwell, cuyo papel *queer* en *El muchacho de los cabellos verdes* había imitado nuestro artista en la universidad. Con la presencia asimismo de Troy Donahue, Warhol había visto reunido un trío perfecto de sus ídolos como gay.

Mead recordaba que «Troy hablaba de Troy y de la carrera de Troy y de Troy esto y lo otro», y le sorprendía que aquello no hubiera debilitado el enamoramiento de Warhol por el actor. Cabe preguntarse si Donahue había acudido a la fiesta porque alguien le había dicho que su cara había aparecido en un cuadro de Warhol; en la revista que anunciaba la nueva exposición aparecía Irving Blum llevando una camiseta serigrafiada con esa imagen de Donahue. Quince años después, Warhol seguía derritiéndose por su ídolo: «¡Oh, era realmente genial. ¡Dios mío!».

Para él, que asistieran al evento miembros del mundo artístico era tan significativo como la presencia de las estrellas, o tal vez más importante en su fuero interno. Hayward recordaba la fiesta como «la primera vez que se reunían los coleccionistas y artistas de Los

Ángeles». Hopper y ella eran íntimos amigos de Irving Blum, lo cual garantizaba la presencia de su pandilla protopop de la Ferus. También estaba representada la prestigiosa galería de Virginia Dwan, pues Claes Oldenburg y su esposa Patty iban a exponer allí el día siguiente a la inauguración de Warhol en la Ferus, mientras que John Chamberlain, que había realizado la escultura del coche accidentado en casa de nuestro artista, se encontraba también en la ciudad para trabajar con Dwan.

Warhol recordaba toda la maría que se fumó en la fiesta y Wynn Chamberlain aseguraba que Hayward les había echado a él, a Malanga y a Mead por fumar hierba. El baile llegó a ser tan salvaje que Patty Oldenburg rompió una escultura de la estrella del arte local Ed Kienholz, un percance que la anfitriona describía no obstante como «el punto culminante de la fiesta». (Aunque acabaron intercambiando obras, las de Kienholz se le antojaban a Warhol demasiado «morales», demasiados comentarios sobre la cultura popular, demasiado poca participación en ella).

Aquel fue un momento increíble de sinergia pop en Los Ángeles, y Hopper tenía algún derecho a sentirse parte de él. Al menos en ese instante, había conseguido ser un artista en cierto modo. Un número de hacía poco de *Artforum* había proclamado que sus «ensamblajes fotográficos» vagamente pop eran «un auténtico éxito». La reseña, de una exposición que resultaba ocupar la misma galería que se había burlado una vez de Warhol y Blum con un montón de latas de sopa auténticas, concluía con la invocación clásicamente vanguardista: «Bienvenidas sean las imágenes novedosas».

Pese a todas sus glorias, la fiesta de Hopper y Hayward fue menos importante, al menos para la historia del arte, que la que tuvo lugar la noche siguiente. Fue entonces cuando la Ferus abrió finalmente las puertas de la exposición de Warhol. Recibían a los visitantes un par de lienzos de *Elvis* encaramados a la elegante ventana de lámina de vidrio de la galería, dentro de la cual estaban los otros cuarenta y seis avatares del roquero, pistolas en mano, listo para disparar a los visitantes (pero sin la grabación de tiros que se había prometido). Los cuadros ocupaban exactamente las mismas paredes y con la misma disposición que las *Sopas Campbell's* en su día, resaltando de un modo nada sutil pero sí muy interesante que Hollywood era una auténtica industria, con sus propios productos manufacturados y reproducibles. Para tratarse de un artista con la reputación característica de adular a las estrellas, Warhol tuvo siempre una gran facilidad para hacer obras de arte que recalcasen los defectos y la vacuidad de estas.

En el mundo artístico de Los Ángeles, la controversia en torno al

pop art ya había provocado «peleas callejeras verbales en las que los partidarios se lanzaban unos a otros críticas acerbas con fiereza», en las palabras de un crítico de la escena. Warhol, como claro exponente del movimiento, había logrado más notoriedad anteriormente en Los Ángeles que en Nueva York. Y en aquel abarrotado paseo del arte del lunes, la ciudad pudo ver por primera vez al hombre mismo. Su inauguración «fue un zoo de gente; por entonces todo el mundo sabía quién era Warhol y quería saber qué se traía entre manos allí», recordaba Ed Ruscha, otro miembro del elenco de la Ferus. Nuestro artista se vistió para la ocasión con la ropa más moderna que jamás había lucido. Seguía llevando traje y corbata —ningún indicio todavía de su famosa cazadora de cuero—, pero ahora la camisa blanca de sus inauguraciones en la Stable y la Janis había sido reemplazada por una oscura muy de moda, y lucía un enorme clavel en la solapa. Ninguna señal tampoco de su famosa e imperturbable anomia: en las fotos que se conservan aparece muy sonriente.

Como advirtió un periodista de la Costa Oeste, el goce acrítico de Warhol de semejantes momentos del mercado artístico encajaba a la perfección con un movimiento que criticaba el consumo desenfrenado de Estados Unidos lanzándose a él de cabeza: «Su ironía consiste en buena medida en el hecho de ser producido para el elegante mundo del coleccionismo vanguardista y como crítica al mismo —escribía el periodista—. El cóctel de inauguración de una exposición de latas de sopa tiene ya mucho de pop».

Ese mismo periodista citaba por extenso la reacción de un artista de Los Ángeles a la obra de Warhol, que ha de considerarse uno de los más extraordinarios himnos de alabanza jamás dedicados por un creador a otro:

> Soy de la opinión de que Andy Warhol es un artista increíblemente importante; ha sido capaz de coger la pintura tal como la conocemos y transformar por completo su marco de referencia, y ha tenido éxito en sus propios términos. Estos son también unos términos que tal vez no comprendamos.
>
> Warhol ha sido exitosamente capaz de eliminar del arte el toque del artista. No ha intentado hacer de ello una ciencia, como Seurat, sino que ha hecho una anticiencia, un arte antiestético y anti «artístico», despojado por completo de todas las consideraciones que podamos haber juzgado necesarias. Ha adoptado una actitud supersofisticada y ha hecho de ella el arte, y ha convertido los cuadros en una expresión de completo aburrimiento para la estética tal como la conocemos […]. Estos tienen muy poco que ver incluso con Andy Warhol, quizá nada, pues resulta dudoso que él tuviera algo que ver con el acto de pintarlos. Se trata de una pintura en el sentido más absoluto y abstracto del término… una prueba visual de que el «pensamiento» es sincero, considerado y deliberado, sin conjeturas, cuestionamientos ni accidentes ingenuos de ninguna índole. Es absoluta, es pintura, pero sobre todo es arte.

El elogio provenía de Larry Bell, que iba camino de convertirse en uno

de los escultores más rigurosamente minimalistas y antipop, famoso por sus uniformes cubos de vidrio. Pero hasta él era capaz de ver que había profundidades ocultas en las imágenes superficialmente superficiales de Warhol. Un año después del éxito de escándalo que tuvo la muestra de *Sopas Campbell's*, ahí estaba nuestro artista en Los Ángeles, empezando a cosechar tan solo el éxito y a contener el escándalo. No faltaban los escépticos, como de costumbre. El principal crítico local despotricaba contra el «no arte» y las «banalidades del pop art». Pero los creyentes estaban empezando a superar en número a los incrédulos.

Unos días después de la inauguración en la Ferus, el productor artístico de la radio KPFK concedió a Warhol el privilegio de una larga entrevista, en una serie que había incluido a figuras tan prominentes como John Cage y el director Jean Renoir. Nuestro artista no dio mucho a cambio. Adoptó un postureo en toda regla, mintiendo o maquillando casi todos los detalles de su vida y su arte. Cuando el entrevistador le preguntó: «¿Eres satírico, Andy?», él respondió (satíricamente): «No, soy simple». Taylor Mead, que le acompañaba en la grabación como su ayudante, intentó salvar la reputación del pop insistiendo en que, lejos de ser simple, el pop art iba dirigido únicamente a un público sofisticado, capaz de comprenderlo como una «transvaloración» de los absorbentes valores publicitarios de Estados Unidos, pero Warhol no le siguió la corriente. «En realidad no es nada, por lo que en realidad no tiene nada que decir», corrigió. Solo cobró vida cuando Mead cometió el error de atacar a Cage, obligando a Warhol a intervenir diciendo: «Creo que es verdaderamente maravilloso […]. Es genial de verdad». La única noticia auténtica que dejó escapar fue que acababa de hacer —casi había terminado— «una película de ocho horas sobre el sueño».

El llamamiento de Warhol en los medios de comunicación no le ayudó demasiado con las ventas. Blum aseguraba que los *Elvises* no se movieron en absoluto, o al menos no durante la exposición, lo cual no es tan sorprendente, habida cuenta de que los precios alcanzaban los tres mil quinientos dólares. La única venta inmediata, según Blum, fue uno solo de los cuadros de Liz recluidos en la trastienda:

> Un día entró una señora. Vestía con mucha elegancia y dijo: «Esto debe de ser alguna clase de broma». Yo repliqué: «No, no es una broma en absoluto. Están aquí porque estoy seriamente interesado en este artista». Ella me preguntó por qué, así que me senté y le hablé largo y tendido de mi experiencia con Andy y por qué pensaba que sus cuadros eran importantes. Finalmente preguntó: «Bueno, ¿cuánto pide por uno de estos?». No se trataba de mucho dinero y decidió llevarse uno.

Pero incluso esa venta tuvo su epílogo. Una vez concluida la

exposición y tras haberse llevado la pintura, contó Blum, la elegante señora regresó a su galería rogando que le permitiese devolver su adquisición: «Mi marido odia el cuadro. Mis hijos odian el cuadro. Mis amigos odian el cuadro. Señor Blum, la imagen es tan cruda que parece recortada de la portada del periódico». El galerista le devolvió el dinero.

Hay otro escéptico que debería haber sido más sensato. Wynn Chamberlain describió las mismas reservas, esta vez verbalizadas por Cecil Beaton, el viejo amigo de Warhol del ambiente gay de la Costa Este, en una cena que ofreció en su casa de campo del hotel Bel-Air. Su incomprensión resulta especialmente sorprendente, ya que estaba ocupado mostrando un libro recién publicado de retratos hechos por él, en el que en todas y cada una de las fotos, de figuras tan warholianas como W. H. Auden y Truman Capote, se empleaban las mismas superposiciones y repeticiones que Warhol había probado en los *Elvises* de la Ferus —aunque solo por sugerencia de Malanga—, si bien Beaton los desplegaba con una finalidad surrealista mucho más tradicional.

«Muy extraño —decía Malanga recordando aquel momento—. Ese efecto estaba siendo utilizado por un fotógrafo. Y en realidad yo estaba intentando duplicarlo en aquellos cuadros (más allá de la idea de que se trataba de una fotografía, para empezar) para dotarlos de movimiento, y ahí estaba también en el libro de Cecil». Tal vez como venganza por la oposición de Beaton, Warhol robó un vaso de su casa de campo, iniciando una tradición de hurtos en habitaciones de hoteles que duraría unas cuantas décadas.

Una fiesta que el propio Warhol dio en Los Ángeles estaba más en sintonía con el desenfrenado espíritu de los años sesenta que se estaba gestando en ese momento. Él y su pandilla alquilaron para ello el viejo carrusel del muelle de Santa Mónica, no demasiado lejos de su hotel frente a la playa. Como recordaba Mead: «Yo invité a mis amigos *beats* de Venice, blancos y negros, y Andy invitó a sus amigos de Beverly Hills, de esmoquin blanco y negro […]. Puede que Hollywood siguiera el ejemplo de nuestra fiesta, pues comenzó a mezclarse más con los *beats* y los excéntricos». Los variados invitados se colocaron y se emborracharon, y terminaron cayéndose de los caballos del tiovivo y «clavándose astillas en el culo» del suelo desgastado, decía el escritor. La situación se descontroló hasta tal punto que la fiesta fue clausurada por las autoridades, cuando menos por motivos de seguridad. Cecil Beaton no estuvo allí, pero contó en su diario cuánto lamentaba haberse perdido «la fantástica orgía [de Warhol], con gente haciendo el amor en los caballitos y siendo fotografiada cada tanto para una película experimental».

Esa película fue lo que mantuvo ocupado a Warhol durante su larga

estancia en Los Ángeles, haciendo malabares con las exigencias de su vida social. Ese mismo verano había ido con Malanga a comprar una cámara de 16 milímetros, un nuevo y lujoso modelo de Bolex que no había podido resistirse a llevar consigo a Hollywood, donde empezó a utilizarla casi en el instante mismo de su llegada. Rodó algunas secuencias irregulares de Blum y la exposición de la Ferus, y luego se sintió inspirado para pensar a lo grande. Rumbo a Los Ángeles, los chicos habían visto una señal en la carretera que indicaba el camino hacia la urbanización de Tarzana y de ahí surgió la idea de una película de Tarzán. Nada menos que Taylor Mead, el enclenque de cuarenta y cuatro kilos, iba a ser el señor de la jungla. A este le había gustado la idea de rodar *Tarzán* en Tarzana, pero al final fueron grabando sus secuencias mudas dondequiera que les llevase su socialización. La fiesta del tiovivo tuvo su cameo en la pantalla, al igual que la casa de campo que los Oldenburg habían alquilado en las inmediaciones, donde Claes interpretó el papel de «un propietario molesto que lanzaba un chorro de agua a Tarzán con una manguera para echarlo de su patio», como recordaba Mead. Las Watts Towers, la famosa instalación de arte marginal en el sur de Los Ángeles, se convirtieron en otro plató de Tarzán, donde ataban a una doncella al estilo de *King Kong*.

Cuando Mead no estaba en condiciones de hacer sus propias «acrobacias» como debía, Dennis Hopper sustituía a veces al poeta, dando a los espectadores una idea de un Tarzán más estándar y atractivo. Warhol se encargó de poner a ambos hombres delante de la cámara al mismo tiempo, subrayando la absurdidad de Mead en el papel principal. Su bañador estampado de cebra, tomado prestado de un niño de ocho años y luego rasgado para que le sirviese a Mead, parecía más bien un pañal y se resbalaba con frecuencia.

En un principio, la película iba a titularse simplemente *Tarzán*, pero el título acabó siendo *Tarzan and Jane Regained… Sort of*, debido a la introducción de una joven «estrella en ciernes» en el papel de Jane. Se trataba de Naomi Levine, una de las más extravagantes bohemias de Nueva York y una cineasta de nuevo cuño, que estaba consiguiendo unas críticas excelentes justo en ese momento. Fue ella quien convenció a Mekas para que viese *Sleep* por primera vez, y llegó a ser una de las besadoras más comprometidas en los carretes de *Kiss* de Warhol.

Como recordaba nuestro artista, «Naomi Levine estaba enamorada de mí, y vino pitando, y estuvo con nosotros todo el tiempo […]. Naomi era realmente temperamental». Tan temperamental para escribirle cartas cubiertas de flores con frases del estilo «no es que tú hayas sugerido jamás nada semejante, pero me encantaría vivir contigo más que nada en el mundo. No me puedo casar por meses, y

no es que tú hayas sugerido tal cosa», o «algunos creen que estoy loca y que soy salvaje pero… solo… soy… Puntos suspensivos, y todo lo… Puntos suspensivos, ha sido por turnos de AMOR». Uno de los raros momentos en que Warhol dio rienda suelta a la ira en público llegó un poco después, cuando ella lo increpó por ser homosexual y él la echó por la fuerza.

Levine, por su parte, aseguraba que Warhol y ella habían coincidido en Los Ángeles por casualidad, y que era él quien la había perseguido: «Cada vez que lo miraba, tenía la mano sobre mí […]. Yo era muy libre y nunca llevaba ropa. Hacía mucho calor. Solo llevaba un gran pañuelo morado». Es difícil imaginar una pareja más improbable para Warhol. Levine era una burguesa judía de veinticuatro años regordeta y mona, tan feliz de prescindir de la ropa, delante y detrás de la cámara, como Warhol deseaba permanecer vestido. Todo eso no impedía a la actriz expresar su desprecio inamovible hacia el «fraudulento» pop art del artista, aun cuando se sintiese atraída por él como persona, por su delicadeza. En cierta ocasión contó una extraña anécdota de una cena con Warhol en un restaurante de Los Ángeles en la que ella puso los brazos extendidos sobre la mesa: «Evidentemente él había decidido que yo le gustaba; cogió una bolsita de azúcar, la abrió y me la vació sobre el brazo, y yo pensé: "¡Caramba, qué dulce es!"».

Mead recordaba que la súbita aparición de Levine en Los Ángeles, al menos al principio, se les había antojado más un fastidio que otra cosa: «Para satisfacer a Naomi y quitárnosla de encima, filmamos algunas escenas con ella y conmigo», incluido un carrete en el que aparecía nadando en topless en una piscina «infestada de tiburones» y otro en el que era atacada por «salvajes». Pero luego surgió la admiración: «Cuando vimos las primeras pruebas de rodaje quedamos asombrados de lo fotogénica y lo apropiada que era Naomi como la Jane protagonista de *Tarzán*». Chamberlain recordaba que la muchacha se había vuelto indispensable para la producción. «Se nos acababa la película en lugares insólitos como las colinas de Hollywood o el cañón de Topanga, y Naomi, que era quien la pagaba, montaba un berrinche hasta que yo accedía a llevarla al centro de Los Ángeles, con un calor abrasador, para comprar más película».

La grabación se recreaba en el factor inverosímil e incongruente que introducía Levine, como la escena en una bañera en la que los enormes senos de Naomi-Jane se convirtieron en el complemento perfecto para el pecho hundido de Taylor-Tarzán. *Sleep* había sido absurda pero con un toque exigente, mientras que *Tarzán* llevaba el absurdo hasta lo cómico. Mead se refería a sí mismo en realidad como «una vieja estrella de cine mudo» mientras estaba en Los Ángeles; Charlie Chaplin había sido amigo de su familia, que pertenecía a la

alta sociedad. La película canalizaba el absurdo de las comedias mudas clásicas para producir un crisol sin argumento de incidentes divertidos y disparatados, en el mismo espíritu que los *happenings* que estaban proliferando a la sazón.

Un admirador excepcional se deshacía en elogios en una reseña:

> Las evocaciones de regocijo, maravilla y pura diversión que ofrece Taylor Mead… resultan tan convincentes y extraordinariamente conmovedoras que apenas importa que se mofe asimismo de casi todo lo que hace; basta con que empiece por hacerlo. Warhol y él nos han brindado una hora de comedia arcádica, dulce e incalculablemente cautivadora […]. Vemos un repertorio de comportamientos mediados por una inteligencia representacional despiadada pero inventiva. Sobre todo, se trata de una película en la que la homosexualidad ha sido genuinamente aceptada hasta el punto en que puede bromearse con ella.

Como esfuerzo en verdad grupal, *Tarzán* introdujo la idea de un proceso plenamente colaborativo de improvisación en el arte de Warhol. (Sus cuadros solo habían fingido tener múltiples artífices). Planteaba asimismo los controvertidos problemas de la autoría que sus colaboraciones siempre suscitaban. Malanga se sintió ofendido cuando vio que Warhol se llevaba todo el mérito por *Tarzán*: «Esa fue siempre una película de Taylor Mead, desde el primer momento, concebida por Taylor (fue él quien había reparado en la señal de Tarzan), protagonizada por Taylor y todos los papeles seleccionados por Taylor. La única participación de Andy fue la cámara de Andy y Andy detrás de la cámara». La película casi parece, en efecto, una secuela de los trabajos de Mead previos a Warhol, y fue él quien editó el material grabado una vez que regresaron a Nueva York y presumiblemente fue también quien propuso los créditos que decían «Producciones Warhol presenta» y «Dirigido más o menos por Andy Warhol». Cualquiera que fuese su papel en la creación de la película, Mead se dio claramente por satisfecho con sacar provecho de la celebridad del pop art de nuestro artista, como harían sus seguidores durante las décadas posteriores, en general con el pleno respaldo del artista.

Por extraño que parezca, en el caso de *Tarzán* Warhol no estaba tan contento con la película a la que se vinculaba su nombre, según un ayudante que se unió a ellos aquel otoño: «No era su creación, por así decirlo. No había propuesto su propia manera de hacer las cosas. Dejó de cultivar ese estilo y dijo: "No, no, no me gusta esto de las películas cámara en mano. No me gusta esto de la trama». Durante algún tiempo al menos, Warhol regresó a los conceptos más rigurosos que subyacían a *Sleep* y a *Kiss*.

En Los Ángeles había conectado en persona con la fuente primordial de ese rigor en el arte moderno.

«Un cálido día de otoño —recordaba Malanga—, Andy y yo nos acercamos hasta esa cafetería al aire libre en la que Marcel Duchamp

estaba sentado con su esposa, Teeny, y unos cuantos amigos. Íbamos camino del Museo de Arte de Pasadena que estaba subiendo la calle, donde se esperaba la llegada de la primera retrospectiva del artista, comisariada por Walter Hopps […]. [Andy] y yo no cabíamos en nosotros de emoción al encontrarnos con nuestro héroe por primera vez. Éramos como dos niños boquiabiertos compitiendo por la atención del maestro. A Duchamp le hicimos gracia y nos ofreció unas sillas. Hablaba modestamente con quienes le rodeaban y era sin duda un minimalista en lo tocante a la conversación. Nosotros nos limitamos a escuchar y apenas abrimos la boca». Al mirar hacia atrás, cuando la era pop estaba tocando a su fin, un crítico declaraba que «no cabe duda de que Warhol es el artista más misterioso y más disruptivo desde Marcel Duchamp».

En la época del viaje a Los Ángeles, el interés por Duchamp se había propagado por todo el mundo artístico. Richard Hamilton, posiblemente el primero de todos los artistas pop, había acudido desde Gran Bretaña solo para asistir a la inauguración de Duchamp. Él y Warhol, padrino e hijo predilecto del pop, se conocieron y charlaron allí por primera vez.

Aquella noche en Pasadena, tras la inauguración de Duchamp hubo una cena y un baile exclusivos en un hotel venerable pero decadente. En las fotos, Warhol aparece luciendo una elegante corbata negra, con aire tímido y juvenil, mientras ríe entre dientes con la marchante Virginia Dwan y Billy Al Bengston, el mismo artista local que había declarado que los cuadros de *Elvis* eran «todos una mierda», le pellizca las mejillas.

Si alguien estaba jugando a romper las reglas esa noche, ese era Taylor Mead, de buena cuna pero encantado de olvidarse de sus orígenes, como de costumbre. Se había presentado sin esmoquin y fue precisa la intervención del propio Duchamp para que el escritor fuese admitido a la cena. «Patty Oldenburg y yo hicimos un baile salvaje que puso en pie a todo Pasadena —recordaba Mead—, y Andy se emborrachó (era la primera vez que yo le veía afectado) con un champán rosado barato». Duchamp firmó el mantel rosa de su mesa, convirtiéndolo así en uno de sus *ready-mades*, y luego firmaron también todos los artistas congregados, incluido Warhol como «Andy Pie», lo cual significaba que acababa de realizar una obra colaborativa con su héroe más venerado.

«Andy no era solo supertranquilo, era frío. Cuando regresamos de aquel viaje, Gerard iba cargado con su enorme maleta y se dirigía al metro —recordaba Mead—. Yo dije: “Andy, ¿no puedes darle a Gerard dinero para un taxi? Dios mío, lleva dos semanas ayudándonos”. Y él

contestó: “Bah, puede arreglárselas. Llegará a casa”». Existen algunas explicaciones para la frialdad de Warhol hacia su ayudante. En el motel de Venice Beach se había producido un incidente cuando Malanga llevó a una chica a la habitación que compartían y Warhol explotó.

La negativa a pagarle el taxi podría haber sido asimismo una forma de dejarle claro que, después de todas esas semanas codo con codo, el joven que había estado «ayudando» era en efecto un empleado más que un amigo. Durante el siguiente cuarto de siglo, Warhol no dejaría de recordar esa distinción a sus empleados y a sí mismo. Aun así, tanto ellos como él la ignoraban a veces, lo cual suponía una fuente de tensión perpetua.

Pero la explicación más probable es que Warhol quisiera ahorrarse la tarifa del taxi. Acababa de pagar todos los costes de un viaje de tres semanas al otro lado del continente a cuatro personas, para asistir a una exposición que imaginó como la gallina de los huevos de oro, pero que no parecía probable que reportara ni un centavo. Solo la estancia en el Surf Rider había costado doscientos veinticinco dólares, una suma considerable por aquel entonces. Su actividad cinematográfica también lo había dejado hasta el cuello, y quedaban pocas posibilidades de recompensa. La nueva Bolex le había costado unos mil doscientos dólares, precio que no estaba lejos del de un Volkswagen Escarabajo, y la película y su edición continuaban siendo una sangría constante. De vuelta en Nueva York, Nathan Gluck seguía produciendo en serie anuncios e ilustraciones con la asistencia ocasional del propio Warhol, al que ahora empezaban a contratar por su reputación pop. Justo después de su regreso de Los Ángeles, la sección de negocios del *New York Herald Tribune* publicó un dibujo enorme de él como portada de un reportaje sobre marcas que habían llegado a ser nombres comunes. Warhol mostraba a los lectores del *Herald Tribune* un tarro de vaselina, una botella de Coca-Cola y un termo, todos ellos dibujados en el estilo semipop fracturado y ligeramente obsoleto de Jasper Johns, que desarrollara en un principio para *Harper's Bazaar*. Justificaba la imagen ante John Giorno en estos términos: «Necesito los setenta y cinco dólares. Tengo facturas que pagar».

A Warhol le fue mucho mejor con un anuncio pop más actual en el que trabajó ese otoño para la Corporación de Contenedores de Estados Unidos, una empresa famosa por apoyar a los artistas modernos, lo cual censuraban los puristas del lucro. En 1957 su propietario había comprado un cómic *Happy Bug Day*, de Warhol, cuando estos se habían expuesto en Colorado, pero el anuncio que se publicó en 1964 mostraba al artista bajo una luz completamente nueva, sacando partido de poner sus temas pop art al servicio de fines corporativos.

Warhol entregó a la Corporación de Contenedores una cuadrícula de doce pinturas serigrafiadas de objetos tales como un limón, un martillo, un vaso y una silla, a fin de ilustrar todos los bienes que podían enviarse en una caja: «¿Promete tu paquete preservar, defender, vigilar, proteger, resguardar, albergar, cuidar, presentar y vender tu producto?», rezaba la copia del anuncio. Warhol no recibió el trato completo de artista plástico que prometía la corporación en su célebre campaña llamada «Grandes ideas del hombre occidental», que emparejaba imágenes y nombres de artistas con citas de pensadores eminentes. Pero sí que consiguió ver en la página del anuncio el título de crédito «Artista: Andy Warhol», así como facturar a la compañía tres mil dólares por los doce lienzos serigrafiados, posteriormente conservados como obras de arte.

Con el contrato de la Corporación de Contenedores, asistimos a un complejo ciclo de retroalimentación en el que el pop art de Warhol comienza siendo escaparatismo comercial, luego experimenta una trasposición inverosímil y radical al arte plástico y después, gracias a su reciente estatus y popularidad como arte, se reinserta en el comercio. Ese bucle se mantuvo en funcionamiento durante el resto de su carrera, creando nuevos flujos de ingresos, pero sin dejar de poner en tela de juicio asimismo su estatus como «verdadero» artista plástico.

Mead había oído decir que el trabajo publicitario de Warhol le estaba reportando la bonita suma de sesenta y cinco mil dólares anuales, pero en 1963 eso significaba únicamente que su transición al arte plástico era más teórica que práctica o financiera. A efectos fiscales, habría seguido siendo un artista comercial que pintaba cuadros como pasatiempo. Incluso al año siguiente figuraba todavía en el *Who's Who in Commercial Art*; no en el *Who's Who in American Art* , que era más elitista. No conseguiría un espacio allí, ni en el más exclusivo aún *Who's Who in America*, hasta 1966.

Warhol recibió mil dólares por un contrato para un enorme mural que le encargaron a principios de ese invierno de 1963 y solo unos setecientos dólares por los treinta y cinco lienzos de Ethel Scull que pintó más tarde, en el verano. Ese mismo año, las galerías de arte eran supuestamente la industria de más rápido crecimiento de Nueva York, pero Warhol no consiguió ni una sola exposición local en todo ese tiempo, sin duda a causa de las dudas de Eleanor Ward acerca de su serie *Muerte y desastres*. Se conserva una triste nota breve y «torpemente» mecanografiada en la que Warhol le decía: «Elenor, existe alguna posibilidad de que pudieras enviarme algún dinero? tengo que pagar muchas facturas médicas, mi madre sigue enferma». (Al parecer, Julia Warhola tuvo que luchar contra la tuberculosis).

La falta de ingresos de Ward difícilmente habría podido

compensarse con las modestas exposiciones colectivas en Toronto y Los Ángeles, amén de una edición de pancartas pop por un marchante neoyorquino.

Es probable que las cosas parecieran más prometedoras al otro lado del Atlántico, donde Warhol ya había tenido oportunidad de exponer unos cuantos años gracias a Ileana Sonnabend; su galería de París era una especie de sucursal del negocio neoyorquino de Leo Castelli, su exmarido, que le había concedido el monopolio europeo sobre sus artistas. Cuando Warhol apareció por primera vez en escena, Castelli había rechazado el consejo de Sonnabend de contratarlo, por lo que ella lo hizo por su cuenta. Pronto aseguraría que su galería podía reivindicar con más fuerza y desde hacía más tiempo incluso que la Stable la lealtad y la producción de Warhol. (Cuando este se retiró de una muestra en solitario con Sonnabend en la primavera de 1963, ella se apresuró a escribir un par de cartas afirmando sus derechos sobre él). Con todo, es difícil saber cuántos ingresos le estaba generando realmente la marchante. Solo tenemos constancia de que tenía en venta seis pinturas y seis dibujos, y no está claro con cuánta rapidez podría haberles dado salida. Cuando la arrendadora francesa de Sonnabend vio a esta desenvolviendo algunas de las *Marilyns* de Warhol, comenzó a despotricar: «No puedo permitirle que exhiba esos cuadros; eso no es arte, es necrofilia».

No obstante, toda esa oposición a sus obras apenas atemperaba lo que salía del estudio de Warhol. Los cuadros de *Muerte y desastres* tenían poca demanda, lo cual no era óbice para que los produjera en serie y luego los emparejara con lienzos en blanco, lo que probablemente los volvía menos vendibles. Warhol estaba adoptando claramente su modo de postureo cuando aseguraba que solo añadía los lienzos en blanco para duplicar el valor de los *Desastres* sin tener que hacer mucho trabajo adicional. En su inescrutable emparejamiento de una tragedia de tabloide y un lienzo en blanco había mucho más que codicia: «[Ello] sugiere un rollo de papel prensa que espera impersonalmente ser cargado con una imagen emocional», proponía con ingenio un crítico temprano. El propio Warhol sin duda debía de saber que sus lienzos en blanco, más conocidos como monocromos, tenían los precedentes más prestigiosos en las obras experimentales de Yves Klein, Robert Rauschenberg y Ellsworth Kelly. (Había visto los monocromos de este último en una visita a su estudio a finales de los años cincuenta. «Siempre me gustó la obra de Ellsworth, y por eso pintaba siempre un lienzo en blanco», acabaría reconociendo nuestro artista). Warhol sabría asimismo que la elegancia radical de sus lienzos en blanco tenía más probabilidades de bajar sus precios que de elevarlos.

Los retratos de Warhol de amigos artistas también poseían muy

escaso valor de mercado y sus serigrafías experimentales en tres dimensiones parecían concebidas básicamente como regalos. Si de verdad tenía los instintos avariciosos de los que se le acusaba en todo momento —y siempre ha habido indicios de que los tenía—, no podían competir con su ambición primordial de hacer arte grande y desafiante.

Si a Warhol 1962 debió de parecerle un año de ascenso constante, el siguiente tuvo sus altibajos. En el verano el MoMA presentó una importante panorámica titulada «Estadounidenses, 1963», de la que formaron parte sus colegas Marisol, Oldenburg, Indiana y Rosenquist, mientras que Chryssa consiguió exponer sus cuadros warholianos de periódicos, pero el propio Warhol no consiguió un espacio. «Me sentía abatido […]. Estaba dolido», dijo por entonces. Ese otoño volvió a quedar excluido en una panorámica en Filadelfia titulada «Arte 1963: un nuevo vocabulario». En diciembre, *Art in America* publicó un extenso reportaje sobre el «problema» al que se enfrentaban los artistas atrapados en la nueva oleada cultural; una vez más, la ausencia de Warhol era notable, pese a que debería haber sido el exponente más claro.

Ya por entonces se requería una inteligencia inusual para reconocer la verdadera profundidad y la vena cáustica de nuestro artista.

Gene Swenson, un joven crítico excéntrico y brillante que se tomaba el pop más en serio que casi todo el mundo, veía los lienzos en blanco de Warhol, por ejemplo, no como un signo de que fuese un vendido —por mucho que el propio artista se autorretratara como tal—, sino como una exhibición de la codicia de los coleccionistas. Swenson creía que Warhol estaba utilizando los lienzos en blanco para decir algo así: «Esos tontos comprarán incluso esto». En el otoño de 1962 había escrito uno de los primeros tratados extensos sobre el pop. A finales de 1963 publicó una larga entrevista a Warhol, presentándolo como el serio artista y pensador que fuera desde el principio, que era como él había pedido ser retratado. Sobre todo en la versión cuidadosamente editada que se publicó, apenas había rastro alguno de postureo.

Los lectores de la entrevista llegaron a leer a Warhol profiriendo observaciones ingeniosas: «El dadá debe de tener algo que ver con el pop; es muy curioso, los nombres son realmente sinónimos». (Hay que pensar un momento para entender a qué se refiere). [9] También fueron testigos de la aguda sugerencia de Warhol de que la nivelación cultural a la que aspiraba el comunismo soviético la estaba consiguiendo de hecho el capitalismo estadounidense. Y Swenson citaba las sofisticadas reflexiones de nuestro artista sobre el modo en que el arte comercial, por muy mecánico y carente de inspiración que

pudiera ser en realidad, estaba profundamente comprometido con las viejas ideas de la creatividad y la expresividad, mientras que su propio pop art se inspiraba de veras en las máquinas y deseaba escapar de ambos clichés.

Dejando claro que había leído la prosa de Jean Genet, Warhol elogiaba su propósito pornográfico: «Lo que me gusta de ella es que hace que te olvides del estilo y ese tipo de cosas; el estilo no es realmente importante». En el mundo del arte de esa época, no era fácil hallar algo más radical que la afirmación de que el aspecto de un cuadro importaba menos que los simples efectos de su tema, sobre todo cuando dichos efectos implicaban la excitación homosexual.

Al inicio mismo de la conversación, Warhol había dicho: «Creo que toda la entrevista sobre mí debería tratar solo sobre la homosexualidad»; y, asombrosamente, así fue en buena parte de ella, al menos en la grabación original que se conserva. Las palabras de nuestro artista, citadas con frecuencia, según las cuales el pop trata de «las cosas que te gustan» resultan provenir de su afirmación de que a todo el mundo, de todos los sexos, debería gustarle todo y todos… en la cama. Es una lástima que, en la versión impresa, los editores de la revista expurgaran tan mal la transcripción que no dejaron ni rastro de su contenido erótico.

Lo que sí sobrevive con claridad es el lado oscuro de Warhol. Sentado con Swenson, defendió sus cuadros de *Muerte y desastres*. Creía que no hacían más que reflejar la verdadera situación en la nación y decía que planeaba hacerlos cada vez más extremos y dolorosos de contemplar. Contaba que había visto a alguien lanzar un gran petardo en una calle concurrida —«Pensé que estaba sangrando por todas partes»— y cómo esa clase de ataques se había vuelto tan habitual «que forma parte del ambiente». La entrevista de Swenson apareció impresa en noviembre, que fue cuando el país creyó estar siendo testigo del ejemplo supremo de esta nueva violencia sin sentido: el asesinato de John F. Kennedy.

Según Malanga, a la hora del almuerzo del 22 de noviembre, cuando se conoció en Nueva York la noticia del tiroteo, Warhol y él estaban caminando por la estación Grand Central, donde la reacción de su jefe presagiaba la sangre fría por la que pronto sería conocido: «Vamos a trabajar», habría dicho supuestamente este. Regresó con Malanga al parque de bomberos, donde continuaron serigrafiando una obra que tenían empezada. Se trataba de un cuadro de Drácula mordiendo a una preciosa rubia, entintado y cubierto con la regleta con tanto esmero que el desmoronamiento cósmico representado por el vampiro se refleja en la confusión de la propia imagen. La violencia y el caos del cuadro cuadraban bien con los acontecimientos del día, pero solo por casualidad, ya que su serigrafía se encargó mucho antes

de que ocurrieran esos sucesos.

La descripción de Malanga del corazón de piedra de Warhol podría haber propiciado las palabras que el autor fantasma de *POPism* puso en boca del artista diecisiete años después, en el pasaje sobre el asesinato: «Creo que no erré una sola pincelada. Quería saber lo que estaba pasando ahí afuera, pero esa fue toda mi reacción». El libro describe a un Warhol indignado (no sin razón) por las manipulaciones emocionales por parte de los medios de comunicación aquel noviembre. Aparece recordando un momento en India, durante su vuelta al mundo, cuando vio a «un montón de gente en un claro pasándolo bomba porque acababa de morir alguien a quien querían de veras y… entonces me di cuenta de que la clave estaba en cómo decidías tomarte las cosas». Trató de remodelar los pensamientos de sus amigos sobre su reciente pérdida invitando a una multitud de ellos a cenar en un garito alemán cerca de su casa, pero ni siquiera la cerveza y las salchichas pudieron levantarles el ánimo. (O quizá la estrategia de Warhol sí que funcionase con Ray Johnson, quien supuestamente se pasó la cena insertando monedas cubiertas de mostaza en el teléfono público del restaurante).

En 1980 nuestro artista estaba muy comprometido con su reputación de desapego y el relato de *POPism* se esmera en confirmarla. Por otra parte, John Giorno contó una anécdota de aquel mismo día que retrata a Warhol de un modo muy diferente, cuando los dos hombres están sentados en casa viendo el despliegue de la noticia en televisión: «Yo empecé a llorar y Andy empezó a llorar. Nos abrazábamos, llorábamos a mares y nos besábamos. Era emocionante, como cuando te dan una patada en la cabeza y ves las estrellas. Andy no dejaba de decir: "¡No sé qué significa esto!"». Años más tarde, Giorno decidió que solo habían sido «lágrimas de cocodrilo».

Quizá Warhol no había sentido verdaderamente la muerte de Kennedy en lo más profundo de su corazón, pero no había sido el único; parece probable que muchas de las lágrimas derramadas esa semana fuesen reptilianas. Danny Fields, el futuro empresario del rock, siguió adelante con la fiesta de Acción de Gracias que había planeado, ahora repensada como una «fiesta por el asesinato». El día de las exequias de J. F. K., Billy Klüver, un amigo de Warhol e ingeniero de los laboratorios Bell que tenía profundos vínculos con el mundo del arte, no suspendió una comida de cumpleaños para Naomi Levine en su casa del New Jersey rural. Warhol y Giorno engullían bloody marys junto con un elenco de otros personajes del mundo artístico, desde Marisol hasta Rosenquist, mientras retransmitían el funeral del presidente en una televisión cercana. Todos los invitados estaban «asombrados y entusiasmados», según parece, y reían salvajemente cuando se anunció la noticia de que acaban de disparar

al asesino de Kennedy.

Las reacciones más interesantes de Warhol a la situación nacional fueron apropiadamente artísticas. Aquella tarde en casa de Klüver sacó su Bolex y filmó a la excéntrica crítica de danza Jill Johnston marchando por los bosques con un rifle; una imagen sombría que, como sucedía tan a menudo con nuestro artista, lograba un perfecto equilibrio entre la sátira y la endecha. Durante los meses siguientes, jugó con la misma disonancia en su famosa serie sobre Jackie: un total de trescientos nueve lienzos pequeños fueron serigrafiados con imágenes de Jacqueline Kennedy como esposa sonriente y como viuda afligida, sin ninguna indicación clara de si alguna de las reproducciones era capaz de esbozar quién era ella en realidad o escapar de los roles que los estadounidenses le habían asignado. Un crítico hablaba de la «espantosa vergüenza» que sentimos cuando Warhol satisface nuestro «impulso de tocar la tragedia» al tiempo que lo frustra: «En algún lugar de la imagen hay una proposición. Es confusa». El artista hizo pública la serie, un día antes del aniversario del asesinato, como una cuadrícula de cuarenta y dos *Jackies* idénticas, todas en negro sobre azul, que cubrían una pared de una galería, por lo demás llena a reventar de sus «flores estúpidas y maravillosas», como las llamaba un admirador. La yuxtaposición nivelaba toda distinción entre ambas, añadiendo *pathos* a las flores al tiempo que sugería que, a la postre, las *Jackies* también podrían servir como decoración.

Por lo demás, como creía ese admirador de las flores, tal vez la relación fuese bastante coherente: «A mi juicio, se trata de la crítica más cabal de nuestro tiempo. Puede que no exista otra persona que haya sentido y pensado tan profundamente como Andy. Está en la posición más fría y solitaria porque ha decidido aceptar toda la culpa y el horror».

Sin duda, las *Jackies* de Warhol serían casi tan invendibles como sus anteriores *Desastres*. Hasta John Ashbery, el fan de esta serie, tenía problemas con la «sombría» *Jackie* que el artista le había regalado. No obstante, incluso mientras producía en serie cada vez más de ellas, Warhol comenzó a realizar un conjunto de películas que eran sin duda igual de atrevidas y poco comerciales, o quizá más, habida cuenta de su contenido homosexual casi explícito. Los carretes de *Kiss* de hombres con hombres empezaron a ser filmados en esa época y corrigen la previa inclinación hacia lo heterosexual en la serie. (También hicieron que el filme se retirase de una proyección en una universidad canadiense). En otra película, en un principio concebida para rodarse en el Serendipity, aparecía Robert Indiana, el otro único

homosexual entre las estrellas del pop, comiendo lenta y provocativamente un champiñón. Otra tanda de películas, esta vez de cortes de pelo, reflejaban un cambio aún más profundo hacia la vanguardia gay tanto en el arte como en la vida de Warhol.

El cambio se inició en el Serendipity, el que fuera el lugar predilecto de Warhol, donde había conocido a un joven llamado Billy Linich, o Billy Name, como se rebautizó a sí mismo en la posterior pandilla *hipster* de Warhol. Durante el día, cocinaba en el restaurante para financiar su «auténtica» vida nocturna como diseñador de iluminación para los artistas de la iglesia Judson, donde Warhol llegó a ser testigo de sus esfuerzos. Name era un homosexual de veintipocos años que había huido hacía tiempo de las restricciones del norte del estado de Nueva York en busca de las libertades del Greenwich Village: «Éramos estadounidenses, pero éramos una nueva clase de hombres libres», recordaba. Había pasado la primavera de 1963 en California, juntándose con los poetas radicales del círculo de Diane di Prima, quien había bailado junto a Warhol en la tarta de Jack Smith en Old Lyme. Esta recordaba a Name probando suerte con toda clase de arte y toda clase de drogas, «diciendo ocurrencias que sonaban más en la onda de lo que probablemente estuvieran, y sobre todo con aspecto sabio, con su media sonrisa y sus patas de gallo». Era a la par sórdido y adorable, con el cabello oscuro y rizado y la clase de cuerpo larguirucho que el propio Warhol estaba intentando conseguir, aunque para ello tuviera que recurrir al *speed*. Las anfetaminas, unidas a un trastorno metabólico de por vida, habían sido la causa de la delgadez del propio Name, el cual se movía en un círculo de jóvenes homosexuales, mucho más fuera del armario de lo que Warhol había estado a su edad, que eran unos fanáticos del *speed* pero también estaban comprometidos con los confines del arte.

Algún tiempo después de sus primeros encuentros en el Serendipity, Name y Warhol comenzaron a salir. Nuestro artista apenas podría haberse resistido a los antecedentes vanguardistas de su nuevo amigo: había aprendido iluminación con un antiguo alumno del Black Mountain y mantenía una estrecha relación con el compositor radical La Monte Young. Name y Warhol iban al cine, a fiestas y *performances*, incluido, o al menos eso aseguró el primero en cierta ocasión, el famoso concierto de John Cage de las *Vejaciones* de Satie, al que decía haber acudido como amigo y discípulo del autor. Name se convirtió hasta tal punto en el favorito de Warhol que consiguió el raro privilegio de pasar tiempo en su casa de Lexington Avenue. Allí se relajaba entre los *Elvises* que había en la habitación trasera, panelada en madera, mientras nuestro artista trabajaba en sus anuncios en la sala delantera. A finales de año, Name había enviado una nota a Warhol que rezaba: «Mi madre me dijo que escogiera al mejor. Yo te

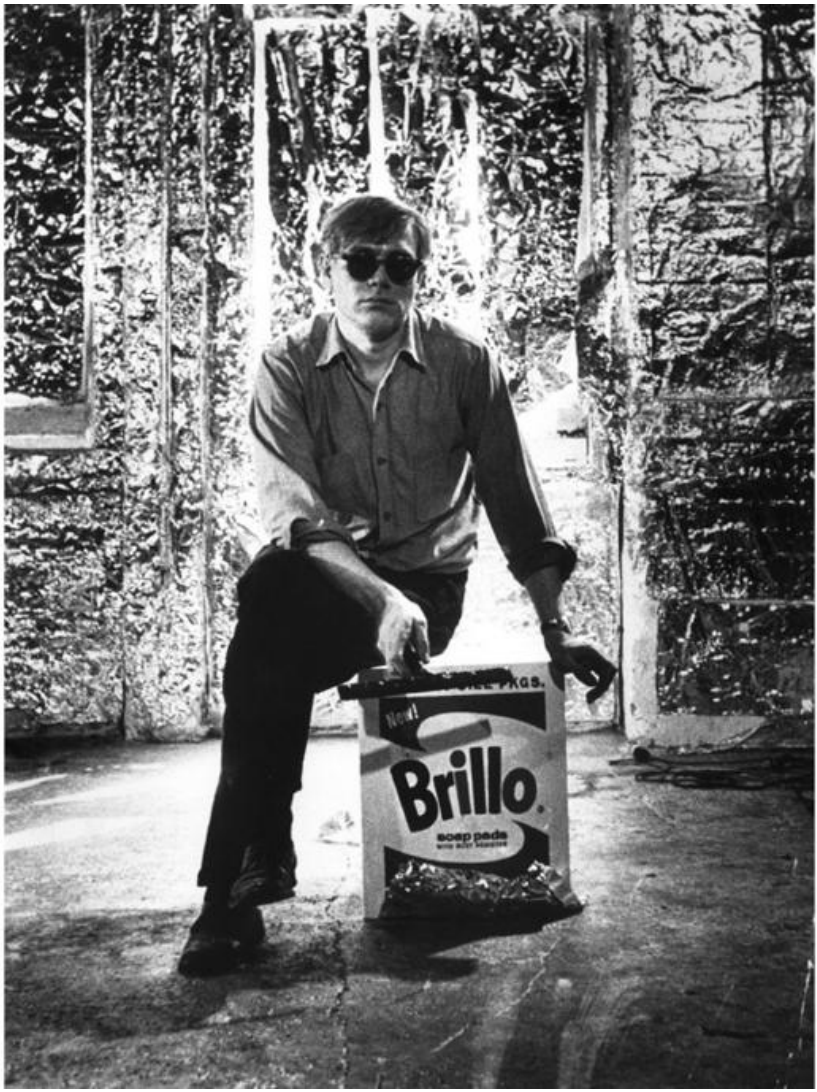
escojo a ti». Una entrada en el *Who's Who in the East* escrita la primavera siguiente lo mencionaba como hijo de Warhol, tal vez porque el artista había dejado que su protegido redactara el texto. Ambos fueron amantes durante un tiempo breve, pero se sentían «muy incómodos y tímidos en lo relativo al sexo —recordaba Name—. A veces nos acostábamos juntos, pero él era tan susceptible que me volvía loco». En las mismas situaciones en las que hubieras abrazado a cualquier otro amigo, decía, sabías que debías dejar mucho espacio a Warhol: «Si apoyabas una mano sobre su hombro, él daba un respingo». (Por otra parte, sus caricias eran al parecer tan sumamente ligeras que llevaba al éxtasis a un amante; y otro decía que Warhol era bastante experto en la felación).

Name vivía en el East Village, en un clásico apartamento bohemio que compartía con el bailarín de la Judson Freddy Herko —«un joven animado con ojos mordaces, loco incluso cuando no estaba bajo los efectos de las drogas»— y el actor ocasional Robert Olivo, u Ondine, como se le conocía en el ambiente de Warhol. Ondine fue quien introdujo a Name en el consumo de *speed*: «De repente tenía la energía para levantarme del suelo y empezar a hacer cosas», recordaba este. Siempre decía que las anfetaminas que Warhol y él consumían eran una respuesta a una feroz ética del trabajo, y no tanto una forma de encontrar más tiempo para la diversión.

Con la ayuda de su droga favorita (el clorhidrato de anfetamina, principalmente tragado e inhalado más que inyectado), Name y sus amigos forjaron una suerte de versión *underground* sesentera de las exposiciones homosexuales de los cincuenta que Warhol había celebrado en su piso del sur de Lexington Avenue. Pero en lugar de reunir a una cuadrilla de jóvenes espléndidos en fiestas para colorear, Name organizaba noches de cortes de pelo, empuñando unas tijeras que le había enseñado a manejar un barbero. «La persona que iba a cortarse el pelo se presentaba a eso de las nueve, pero junto con otras ciento cincuenta; también acudía la gente de los *happenings*, los artistas, y aquello parecía un salón de peluquería», recordaba Name. Ray Johnson llevó a Warhol a una de esas noches —¿sufriría algún castigo su peluca?—, quien quedó fascinado por aquel nuevo ambiente social. Lo convirtió en el tema de una serie de películas de cortes de pelo que vuelven a escenificar los rituales nocturnos de Name y sus hermosos amigos varones del mundo de la danza, a veces desnudos. La vanguardia se tomó las películas con la suficiente seriedad para incluirlas en sus programas más esotéricos, junto con materiales tales como piezas musicales compuestas para cinta magnética distorsionada. De hecho, el amigo de Name Freddy Herko consideraba que Warhol registraba los cortes de pelo como si se tratara de alguna clase de *performance* de danza radical, siguiendo la idea de Cage de

que todas las acciones pueden ser declaradas eventos estéticos importantes. Antes de que Warhol se hubiera presentado con su cámara, nueve de los cortes de pelo de Name ya habían sido el tema de una opaca «reseña» de danza en un boletín informativo *underground*. Nuestro artista habría apreciado esa idea de la vida como arte, pues este concepto acechaba detrás de todas sus primeras obras pop. Lo que sus «Cortes de pelo» añadían a la mezcla era la idea de que «la vida cotidiana» podía incluir, de hecho, los comportamientos *queer* que formaban parte de la vanguardia de la cultura juvenil *underground*.

Malanga ya había tenido algunos contactos con ese mundo —afirma haber estado presente la primera vez que su jefe asistió a uno de esos cortes de pelo—, pero parece como si la llegada de Name hubiese sido el detonante de la profunda inmersión de Warhol en ese ambiente. Allí vivió nuestro artista los cuatro años siguientes.



En la Silver Factory con una de sus Cajas de Brillo.

20
1964

DESCUBRIENDO LA FACTORY | «PRUEBAS DE PANTALLA» | BILLY NAME | LA FACTORY, PLATEADA | LAS *CAJAS* EN LA GALERÍA STABLE

«Rodeado en aquel espacio por tanta plata, tenías la sensación de estar dentro de una joya».

La primera vez que Warhol hizo el lento ascenso hasta el cuarto piso del edificio —su ascensor con rodamiento de fricción era uno de los más antiguos de la ciudad—, debió de sentirse impresionado por la mera cantidad de espacio que se abría ante él. La sala medía unos doce metros de ancho y unos veintitrés de largo, interrumpidos únicamente por seis columnas delgadas que soportaban un techo de largas bóvedas de cañón. La luz también era decente, al menos en el lado de la sala que daba a la calle, donde se encontraba el ascensor: cuatro ventanas orientadas al sur, con la anchura de la calle Cuarenta y siete entre ellas y unos edificios más altos enfrente. El alquiler era solo de doscientos dólares mensuales.

Hasta ahí las ventajas principales. No había luces, tan solo cables pelados colgando del techo. Las paredes estaban mugrientas, desconchadas y destrozadas, una de ellas estaba escondida casi por completo detrás de las tuberías de un radiador enorme, por lo que quedaba inservible para hacer o colgar arte. El frío suelo de hormigón tenía grandes parches y grietas. Los cubículos de los baños para hombres y mujeres habían sido construidos en el oscuro fondo de la sala, de cualquier manera y sobresalían de la pared. («Nadie en su sano juicio utilizaría esos baños», aseguraba alguien que los había usado. TIRAR SUAVEMENTE DE LA CADENA , POR FAVOR, se leía en un letrero en el aseo de hombres, porque la porquería afloraba si no seguías su indicación y al cabo de un rato tenías que recurrir a un cubo). En la primera visita de Warhol, la vieja maquinaria abarrotaba todavía los suelos. Pero en todo ese revoltijo él vislumbraba de algún modo un futuro para sí mismo y para su arte. Y tenía razón: estaba viendo su Factory, que pronto sería célebre.

Warhol jamás podría haber considerado el parque de bomberos como una instalación estable, y debió de oler el final cuando se canceló oficialmente su contrato de arrendamiento, en mayo de 1963.

A su regreso de Los Ángeles en octubre se enteró de que el lugar sería vendido al mejor postor. Se sintió abatido cuando su oferta fue superada. Su creación artística quedó en suspenso mientras Warhol y Malanga pasaban semana tras semana buscando un nuevo lugar, «pateándose» la ciudad de un extremo al otro, como recordaba el poeta. «Consultábamos los anuncios de los periódicos, hacíamos llamadas telefónicas, concertábamos citas y caminábamos sin parar».

El más joven había confiado en terminar en la clase de loft romántico que Henry Geldzahler se había encargado de elogiar para *Glamour*. Tal vez en un almacén infinito por los muelles del East Side, como los dos que había alquilado Jim Rosenquist. O en un piso en el precioso distrito del hierro fundido del SoHo, un espacio acogedor de pino y luz, como los que George Maciunas estaba consiguiendo por entonces para sus compañeros artistas en un barrio conocido a la sazón como los «cien acres del infierno». En el Lower East Side, que se había puesto de moda, incluso algo rudimentario y vasto podría haber tenido su encanto, como el «nido» en el Bowery donde Wynn Chamberlain había dado su famosa fiesta, que había llenado todo el piso superior y se había desbordado por el tejado. Malanga quedó cariacontecido cuando, tras su interminable búsqueda, Warhol se decantó en cambio por aquel espacio vacío en la calle Cuarenta y siete Este, en un gigantesco y anodino edificio parcialmente ocupado por un garaje y, por lo demás, lleno de industria ligera (aunque no existen registros de los fabricantes de sombreros o de zapatos mencionados normalmente como anteriores inquilinos de aquel estudio). La estructura había sido construida en 1887 con ladrillo y piedra, lo cual significaba que las ventanas tenían que ser más pequeñas que las que permitía el hierro fundido del SoHo, cristaleras que ocupaban toda la pared. Eso hacía que el nuevo espacio de Warhol pareciera más cavernoso que luminoso. En las fotos en color hechas justo después de que tomara posesión del lugar, aparece con unos pocos de sus cuadros que destacan como salpicaduras de vida contra una interminable penumbra.

El barrio al que se mudaban Warhol y Malanga, en pleno centro de Manhattan, entre la Tercera Avenida y el nuevo edificio de las Naciones Unidas, era una zona muerta donde nadie más de su clase se aventuraría. Una cafetería Bickford's que había calle arriba, en la esquina con la Tercera Avenida, era lo más parecido que había a la alta cocina en toda la manzana. Para Warhol, la zona tal vez tuviera connotaciones vagamente artísticas: en 1954 había albergado la galería Loft, en la que había expuesto unas cuantas veces. Una década después, sin embargo, ofrecía únicamente un par de servicios de algún interés para gente como él. Peerless Camera, donde Warhol había comprado su Bolex, estaba cerca del nuevo loft. En la planta de

encima del estudio estaba Connoisseur's Corner, una tienda de segunda mano del hospital local, de donde sacaba los mejores cachivaches que abarrotaban su espacio. El mobiliario, realmente cutre, incluida la gran mesa de trabajo de Warhol, procedía de un sótano atestado de desechos de oficina. Al otro lado de la calle estaba la antigua Grand Central YMCA, cuyas ventanas dejaban a nuestro artista entrever a los macizos levantadores de pesas. Las duchas de dicha asociación atraían a los hombres de su equipo de la Factory, que vivían en pisos con agua fría o en sofás de amigos; y aún más a cualquier hombre que gustase de la aventura. Ya el año en que Warhol llegó de Pittsburgh, los cuartos de duchas se describían como «centros especiales de atracción» en una guía ilícita de Nueva York titulada *Gaedicker's Sodom-on-Hudson*. En los años salvajes inmediatamente anteriores a Stonewall, las YMCA neoyorquinas se convirtieron en un referente de las bacanales de hombres. Una de las superestrellas travestis de Warhol estaba hospedada en realidad en dicho centro la primera vez que nuestro artista cruzó la calle para ir a la Factory.

Todavía el 16 de enero de 1964, las entradas de la agenda de Warhol indican que seguía «buscando estudio», e incluyen el acostumbrado precio de los taxis que cogía y que declaraba como gastos fiscales. Por fin, el día 27 garabateó: «Nuevo estudio, calle Cuarenta y siete Este, n.º 231».

Al tomar posesión de ese espacio en el centro de Manhattan, Warhol estaba desvinculándose de la corriente dominante de la vanguardia de la del Nueva York más a la moda. «En la Judson, algunas personas me preguntaban por qué andaba con Andy porque su estudio estaba muy al norte», decía Billy Name. La mudanza de Warhol fue una buena jugada. Le permitía crear y habitar un nuevo universo cultural, del cual él mismo era el centro y una constelación de jóvenes iba a la deriva a toda velocidad —y a veces implosionaba— en el campo gravitatorio que había creado.

Warhol comenzó a celebrar su nuevo ambiente en los maravillosos retratos filmados que más tarde recibirían el nombre de «Pruebas de pantalla». Solo en 1964 rodó alrededor de doscientas de esas pequeñas obras maestras, y después otras trescientas aproximadamente durante los años siguientes. Casi todas ellas giraban en torno a una idea modesta: Warhol cargaba su Bolex con una bobina estándar de tres minutos y treinta metros de película Kodak en blanco y negro, hacía posar a su modelo en una silla bajo un par de focos —dispuestos con frecuencia por el profesional de la iluminación Billy Name— y grababa hasta agotar la película. «Las instrucciones eran muy simples —recordaba Malanga—. Mirar a la cámara durante tres minutos. La

mayor parte del tiempo nosotros nos apartábamos… por lo que básicamente el modelo se enfrentaba consigo mismo». Name decía que fue esa entrega a la voluntad de la cámara lo que le permitió a Warhol reconocer por vez primera su vocación cinematográfica: «Cuando recibíamos las bobinas del laboratorio y las proyectábamos, Andy decía: "Son películas de Andy Warhol". Lo decía de veras». Su mayor innovación artística quizá fuera el perfecto paralelismo que estas creaban entre el modelo que miraba a la cámara y el espectador que veía la proyección. Los ojos de ambos parecían encontrarse en la superficie de la pantalla mientras transcurrían los minutos con la mirada fija el uno en el otro.

Aunque a los sujetos se les solía indicar que permaneciesen totalmente quietos e impasibles en la silla, de hecho, durante esos tres minutos podía ocurrir cualquier cosa. A un modelo se le llenaron los ojos de lágrimas, la cara seria de Irving Blum se deshizo en carcajadas y, como era de esperar, Taylor Mead no pudo evitar hacer muecas. Sin embargo, al ver esas películas da la impresión de que el instinto de Warhol estaba en lo cierto: hay mucho más contenido artístico cuanto menos hace el modelo. Resulta que esos pocos minutos de inmovilidad parecen una eternidad, tanto para el sujeto que está frente a la cámara como para el espectador que ve la película una vez hecha. (En realidad, este último sufre un calvario ligeramente más largo, ya que las películas solían proyectarse algo ralentizadas y duraban unos cuatro minutos). Los sujetos son como mariposas clavadas a un tablero: especímenes grabados para satisfacer los intereses de otro, pues era poco probable que ellos vieran la secuencia. Son plenamente responsables de su autopresentación, tras recibir instrucciones de no interferir en ella. «Serán tres minutos. Solo has de permanecer sentado. No tienes que hacer nada», le explicó Warhol a uno de los sujetos de sus «Pruebas de pantalla» y luego se apartó. «Recuerdo que fumé un cigarrillo y me comuniqué todo lo que pude con la cámara —contaba ese mismo modelo—, como si se tratara de una persona con la que estableces contacto visual, pero con la que no puedes hablar». Otro de los sujetos recordaba haberse sentido asustado y aislado, como un preso incomunicado. Las «Pruebas de pantalla» nos ofrecen la primera muestra del sadismo pasivo por el que llegó a ser famoso Warhol cuando su Factory iba a toda máquina.

Por su parte, los espectadores de las «Pruebas de pantalla» se ven forzados a pasar cuatro minutos —una eternidad para el tiempo habitual de la contemplación artística— interpretando un retrato del tamaño de la pared que da la impresión de desafiar toda interpretación. Más que transmitir algún mensaje que el artista tenga en mente, las grabaciones parecen registrar un proceso neutro y casi mecánico, ¿y cómo se supone que hemos de encontrar sentido en ello?

Las pruebas de pantalla generales casi nunca ofrecen ninguna interpretación legible del carácter de un modelo, como supuestamente hacen un Rembrandt o un Avedon. En lugar de ello, parecen mostrar cómo se desmorona nuestra sensación de personalidad estable. La mayoría de los sujetos de Warhol, o bien consiguen una mirada fija e inexpresiva —«Chico que nunca parpadeaba», garabateó Warhol en la caja de una bobina—, o bien intentan adoptar algún personaje legible, pero son incapaces de mantenerlo durante todo el tiempo de grabación. La máscara casi siempre se cae, pero no llega a dejarnos ver la persona «real». Cuando los asiduos de la Factory se reunían para proyectar un montón de «Pruebas de pantalla», solían asignar calificaciones a cada modelo en función de la manifestación de su «alma» en la película: «Si miran a la cámara y no se manifiesta nada, entonces son unos desalmados y obtienen un diez, y en caso contrario obtienen un uno». Dada la pandilla de nuestro artista, debió de haber habido muchos más dieces que unos.

Cuando un periodista preguntó a Warhol en cierta ocasión por qué hacía sus películas, este respondió: «Son más fáciles de hacer que los cuadros, porque la cámara tiene un motor y tú te limitas a encenderlo y alejarte. Ella sola se hace cargo». Esa respuesta encierra un elemento de postureo, pero también un interés genuino en ceder el control y dejar que el arte, en cierto sentido, se haga a sí mismo. A la pregunta del mismo periodista «¿Estás intentado decir algo especial en estas películas?», Warhol respondió con un lacónico «No», que una vez más solo era jocoso a medias: no tenía en mente nada que decir, aun cuando sabía que sus retratos filmados eran muy elocuentes.

La primera de las «Pruebas de pantalla» se hizo en realidad antes de que Warhol hubiera encontrado su nuevo estudio. Un día en el parque de bomberos, Malanga decidió que debería tener preparada una foto de autor para cuando su poesía empezara a despegar, y pensó que sería elegante ampliar una tira de dos o tres fotogramas consecutivos de una película. El efecto habría sido muy semejante al de una de las tiras de fotomatón que Warhol había estado usando para sus retratos. Malanga hizo que su jefe grabara el material necesario con la Bolex y unas luces, pero, cuando la bobina volvió del laboratorio, los dos hombres se percataron de que esa corta película podría tener un futuro como retrato vanguardista.

Lo que no se ha advertido es que la primera prueba de pantalla de Malanga supuso otro ejemplo más de la apreciación del pop art. Alrededor de un año antes, la nueva y ostentosa revista llamada *Show* («La revista de las artes») había publicado un reportaje a toda página titulado «Prueba de pantalla número 1» y que constaba de cuatro tiras de película de una joven aspirante a actriz, ampliada justo como Malanga tenía en mente para su retrato de autor, con las perforaciones

de arrastre visibles, como él decía. Como explicaba el texto del artículo: «El primer obstáculo tradicional para el principiante en el teatro es la prueba de pantalla. *Show* adapta ahora esa forma para ofrecer a los jóvenes merecedores un primer flirteo con una fama que confiamos en que no sea efímera». La revista continuó publicando nuevas «Pruebas de pantalla» en números posteriores, incluido el de marzo de 1963, en el que Malanga decía haber encontrado por primera vez una *Lata de sopa* de Warhol. Lo que este hizo entonces con sus propias «Pruebas de pantalla» fue coger la colección de principiantes de *Show* (todas ellas mujeres) y hacer su propia versión, garantizando una fama no efímera a su círculo de tipos jóvenes y frescos (todos varones, al menos al principio).

El retrato filmado de Malanga lo captó en los últimos días de su tupé, con aire malhumorado y romántico, pero también sumamente juvenil. En poco tiempo, en un principio mientras seguía todavía buscando estudios, Warhol había hecho la prueba de pantalla a John Giorno, Billy Name y su amigo Freddy Herko, y luego a toda una serie de bellezas similares. Estos eran *The Thirteen Most Beautiful Boys*: tal era el título original que nuestro artista continuaba anunciando a sus modelos incluso después de que el proyecto pasara a incluir a más de tres docenas de hombres atractivos. Con independencia de su número, Warhol jamás proyectó la serie en público. Al menos durante algún tiempo, la Factory actuó como un centelleante armario del que no llegó a salir del todo.

Lo que tal vez sea más importante de estas primeras «Pruebas de pantalla», en lo que atañe al arte y la carrera de Warhol, es lo poco importantes que eran la mayoría de sus modelos. Hermosos y prometedores, sí, pero no nombres que ir soltando en un cóctel, como la gente poderosa del mundo del arte cuya amistad había estado cultivando hasta hacía poco años, y que había registrado en instantáneas Polaroid y en cuadros. Cuando nuestro artista pasó al cine, sus primeras bobinas grabaron a sus amigos más en boga, como Robert Indiana y Marisol. Ahora bien, una vez que se puso en marcha el mundo de la Factory, el atractivo y el ímpetu desplazaron otros valores: la belleza de los chicos (o de las chicas, en una serie de «Pruebas de pantalla» femeninas que llegarían poco después) importaban más que cualquier otra virtud que pudieran poseer los modelos de Warhol. Con esta serie, nuestro artista dejaba patente, tal vez tanto para él mismo como para los demás, que la Factory se presentaría más como la sede de un club infantil que como un centro para la élite cultural. Cuando esta hacía acto de presencia, como sucedía con frecuencia, era para bañarse en la gloria reflejada de la juventud de la Factory.

La mayoría de las «Pruebas de pantalla» son tan firmes, tan

impasibles y tan poco reveladoras respecto de sus modelos que funcionan menos como una serie de auténticos estudios de los protagonistas que como la lista o el catálogo de algún tipo de criatura, a la manera en que las *Sopas Campbell's* de Warhol catalogaban una categoría particular de producto enlatado sin hablar de él como comida. Como el «señor de la sopa», Warhol había afirmado su reivindicación de lo común. Ahora, dos años después, su desfile de bellezas masculinas dejaba que la gente supiera que él formaba parte de ese nuevo mundo de los años sesenta en que vivían esos muchachos. En uno de sus momentos de introspección más extraños, Warhol supuestamente le habría contado a Malanga que se imaginaba a sí mismo como el guardián de un burdel masculino que se ocupaba del registro «en un gran dormitorio con hileras de camas sin separación entre ellas. Los clientes entraban, tenían sexo con un chico en una cama y luego pagaban a Andy el dinero al salir».

El elenco de actores de *The Thirteen Most Beautiful Boys* de Warhol era asimismo un catálogo de sus enamoramientos pasados, presentes y futuros. Malanga pertenecía a la categoría del «pasado», pero todavía era digno de conmemoración en una película, mientras que el romance con Giorno estaba llegando a su fin hacia el invierno y la primavera de 1964. Warhol lo reemplazó, al menos durante un tiempo breve, por la aventura que tuvo con Billy Name, seguida a su vez por un flirteo con otro de esos «trece chicos hermosos», llamado Robert Pincus-Witten. Este contaba por entonces diecinueve años, estaba comenzando una carrera en historia del arte y tenía estrechos contactos con el grupo de la Castelli. «Me gustaba tirarme a las estrellas y quería conocer a Andy Warhol», recordaba, así que fue en su busca a la nueva Factory.

Como la mayoría de los amantes de nuestro artista, Pincus-Witten decía que el sexo con él era malo e incómodo, incluso «ridículo», y pronto llegó a su fin (no antes de que este cogiese ladillas: «Si no fue el sofá, fue la entrepierna de Andy»). El historiador definía su relación con Warhol como «un conocimiento íntimo», pero da la impresión de que este la habría considerado algo más que eso. Llevó a este último «novio» intelectual a visitar apartamentos que podrían plantearse compartir. Sin duda se trataba de una idea romántica, más que de un verdadero plan de desalojar la nueva casa adosada, pero seguía siendo un gesto significativo.

Da la sensación de que al menos Warhol se había enamorado de nuevo, y de que el fracaso del sexo no le daba motivo alguno para imaginar que el romance también estuviese condenado a fracasar. Ese patrón pareció repetirse hasta el día de su muerte. «La idea del sexo de Andy eran tenerlo una o dos veces y punto; con él no se trataba de amor sino de compañerismo», decía Billy Name. Pero cabe la

posibilidad de que este malinterpretara la mente y las emociones de su amigo. Para Warhol, como para muchos románticos de la vieja escuela, el propio amor tenía mucho más que ver con un ideal de tierno compañerismo que con el lío y las complicaciones del sexo.

La mayor parte de las «Pruebas de pantalla» muestran a sus sujetos destacados sobre un profundo fondo negro, evocando la oscuridad cavernosa del nuevo estudio de Warhol cuando este lo descubrió. Unos pocos tienen fondos que brillan y centellean, reflejando la transformación del espacio en sus primeros meses. Gracias a Billy Name, la fábrica de Warhol —un término que también había utilizado para su parque de bomberos— se estaba convirtiendo en la célebre Silver Factory.

Name recordaba que todo había empezado el otoño anterior con la primera visita de Warhol para verlo cortar el pelo:

> Yo había recubierto de plata mi apartamento. Entras y es un lugar totalmente plateado. Todas las paredes y el techo son de plata. En el baño, el retrete es plateado. La bañera es plateada, el frigorífico es de plata, la cubertería es plateada […]. Él dijo: «¡Guau, esto es realmente genial, Billy! Acabo de encontrar un sitio nuevo, ¿podrías platearlo para mí? ¿Hacerlo de plata?, ¿conseguir que parezca un lugar fabuloso como este?». Yo le contesté: «Bueno, no lo sé. Depende de cómo sea» […]. Los días siguientes fui a verlo y estuve valorando si era plateable […]. Le dije: «La verdad es que las paredes se están desmoronando, el suelo de cemento se está desmoronando, muchas cosas se están desmoronando aquí. Si lo recubro todo de plata parecerá estupendo. Quedará fabuloso».

En febrero de 1964, Name se convirtió en un habitual en la calle Cuarenta y siete, primero instalando toda una serie de luces eléctricas —su trabajo en la Judson le fue de gran ayuda— y luego, con una pistola grapadora y rollos interminables de papel de aluminio en mano, plateando prácticamente todas las superficies al alcance, incluidos el techo, las columnas, las cañerías de agua e incluso los cubículos de los baños. «Lo fijaba con chinchetas en la esquina, dejaba caer los rollos y luego lo recortaba, y después hacía eso en una pared entera —explicaba Name—. No tenía ninguna arruga, era solo papel de plata impecable». Aquellas zonas donde no podía ponerse papel de aluminio, como los asientos de los retretes y el teléfono público junto a la puerta, se pintaban con pintura plateada; se aplicaba una nueva capa al suelo cada dos semanas. Se colocaron espejos aquí y allá, incluida la parte posterior de la puerta del baño, a juego con el papel de aluminio cuidadosamente alisado por Name. Al final, el plateado devino tan célebre que Reynolds Metals, deseosa de ser conocida como mecenas del nuevo arte, regaló a Warhol su famoso y fino papel de aluminio para envolver. (Aquello debió de suponer una mejora

respecto a las cajas y cajas de Wonderfoil que podemos ver en algunas fotos).

Malanga atribuía la locura del plateado de Name a su consumo de anfetas: «Una de las cosas que suceden cuando consumes anfetaminas es que te obsesionas con hacer algo y sigues haciéndolo sin parar». Durante los meses y años siguientes, su plateado se propagó a casi todos los objetos que acababan en el nuevo espacio: el lujoso estéreo de Warhol se convirtió en un fantasma de plata una vez trasladado desde su casa hasta el centro. (Name no tardó en complementarlo con una «preciosa y fascinante pletina para reproducir en estéreo cintas de cuatro pistas», como lo ensalzó en una nota a nuestro artista). Hasta las ventanas de la Factory acabaron cubiertas de papel de plata, sustituyendo con artificio el último rastro de naturaleza del estudio. La cueva del fabricante que Warhol había descubierto era ahora más oscura todavía, pero con lucecitas de colores. Ese plateado final hacía brillar el espacio, pero lo convertía asimismo en una escena nocturna con sus rincones oscuros. Un testigo describió la Silver Factory como «un bastión de destartalado glamur bohemio tallado en un tugurio industrial».

El origen del interés de Warhol en la plata precedía a Name. Pittsburgh, sede de la Compañía de Aluminio de Estados Unidos (también conocida como Alcoa), sentía atracción por el moderno metal brillante: se contrató al profesorado de la escuela de arte de nuestro artista para que vendiera las virtudes del aluminio. Parece que a Warhol le picó el gusanillo. Utilizó papel de aluminio en una tarea universitaria sobre el diseño de exposiciones y también diez años después, en aquel decorado que hizo para la producción del Barnard College inspirada en Cocteau en 1959. Fue por entonces cuando compró su bola de discoteca de la era del jazz, un enorme hemisferio de espejos que durante algún tiempo colgó en el aseo de mujeres de la Factory y acabó posado aquí y allá por el suelo e incluso se llevaba a los conciertos de rock. (Aunque las fotografías en color revelan que era dorada, no plateada). Mucho antes de haber descubierto siquiera el loft en el que trabajaba Billy Name, la conexión de Warhol con el lustre estaba siendo reconocida en un *happening* titulado «Silver City for Andy Warhol», representado en junio de 1963: «Cada vez que veo algo pintado de plata, pienso en Andy Warhol», decía el artista que lo puso en escena. (Aunque hacía la extraña salvedad de que solo servía la pintura planteada: «Algo que sea de plata o de cromo no lo evoca. No hay nada de Andy en las monedas, los grifos y los adornos de los coches»).

Como de costumbre, en su amor por el brillo Warhol estaba canalizando el espíritu de la época. En 1957, el resplandor del Sputnik había marcado el inicio de la era y la carrera espaciales; los

astronautas estadounidenses, con sus escafandras plateadas, no tardaron mucho en aparecer por doquier en la prensa. En el verano de 1960, el papel de aluminio arrugado cubría cada centímetro cuadrado de un escaparate de los grandes almacenes Saks Fifth Avenue.

Warhol le dijo a una actriz amiga suya que la decoración de su nuevo estudio era como un «entorno», que era el nuevo término de moda para las obras de arte inmersivas. Name se hacía eco de esa interpretación de la alta cultura, describiendo la decoración como una «instalación» y asegurando que pretendía ser una respuesta deliberadamente «maximalista» al minimalismo que estaba empezando a desafiar al pop: «Rodeado en aquel espacio por tanta plata, tenías la sensación de estar dentro de una joya». Pero la verdad es que todo aquello no denotaba mucha inteligencia, pues evocaba más bien un producto de cocina utilizado indebidamente que cualquier exponente de alta tecnología de la NASA o de alta credibilidad de la Judson. Es difícil imaginar a alguno de los colegas del mundo del arte de Warhol haciendo una obra tan ligera o tan frívola; cualquier crítico serio la habría hecho trizas. Resulta más fácil imaginar ese empapelado de aluminio en el dormitorio de un adolescente de los años sesenta, y no hacía tanto tiempo que el propio Name había sido un adolescente. Quizá Warhol tuviera eso en mente cuando le dio libertad para usar su papel de plata; podía destacar del resto del mundo del arte convirtiéndose en el padrino de una nueva generación.

Warhol se enfrentó de inmediato a complicaciones en el trato con sus jóvenes. Durante los meses dedicados a la búsqueda de un estudio se había barajado la idea de que Malanga se mudara a cualquier espacio que propusieran. La vida del poeta en su casa del Bronx no era precisamente apacible y le obligaba a recorrer un trayecto de cuarenta kilómetros en metro y ferri hasta sus clases en Staten Island. En los primeros días en la nueva Factory, Malanga se instaló en la parte delantera del espacio, iluminada por la ventana, donde llevó cajas de libros y acabó sintiéndose como en casa. Una vez que se presentó Name como el plateador de la Factory, comenzó a pasar tantas horas en el lugar y se quedaba a dormir tan a menudo que también acabó estableciéndose allí como ayudante de Warhol y, por un tiempo breve, como su amante. «Para mí era fácil mudarme allí porque no tenía que instalarme en su casa y tener una de esas relaciones pegajosas».

Se instaló en un rincón del fondo junto a los baños, colocando biombos de madera a fin de tener alguna sensación de privacidad y de mantenerse fuera de la vista de Warhol.

Malanga tenía menos habilidad para permanecer en las sombras de la Factory. «Mi presencia era algo más visible que la de Billy. Yo andaba enseñando mi trasero. Así pues, él acabó quedándose y yo no —recordaba el poeta—. Andy pensaba que con una persona viviendo

en el loft era suficiente». El 20 de marzo, el día que Malanga cumplió veintiún años, recibió la feliz noticia de que su padre, que se había fugado recientemente, había dejado mil cien dólares para él, con lo que podía alquilar un apartamento que le cedió su amigo Allen Ginsberg.

Name puso un letrero en el ascensor de la Factory para guiar a la gente hasta el loft. Decía: WARHOL LINICH 4.ª PLANTA. Tal como lo describió un amigo de nuestro artista, el lugar se convirtió en «un palacio de ensueño plateado propio de una infancia perturbada; un cine donde todos los días empiezan cuando Billy Linich se levanta. Billy Linich es el delgadísimo, silencioso y oscuramente atareado inquilino de la fábrica que se levanta tarde para trabajar como hojalatero sin terciar palabra».

Por su parte, Malanga continuaba siendo una presencia casi constante en la calle Cuarenta y siete, pese a no vivir allí. Entre sus interminables idas y venidas a Staten Island para asistir a clase y la atracción magnética del ambiente de Warhol, no tardó mucho en dejar la universidad.

Llevó algún tiempo resolver las tensiones entre los dos acólitos de Warhol. Según la versión de Name, en los primeros días Malanga «solía salir con Andy ciertas noches, le llevaba a recitales poéticos y cosas por el estilo, y actuaba como si fuese su chico, pero yo era el chico de Andy. Y él se comportaba como si Andy le estuviera manteniendo, e iban a esas cosas de poesía. Y yo estaba cabreado con todo aquello. Le dije: "Yo soy el chico de Andy. Tú no. Así que deja de comportarte así". Y entonces puse el cartel», que rezaba: GERARD YA NO PUEDE ENTRAR EN LA FACTORY. Warhol hizo que Name lo quitara.

Finalmente se declaró una tregua entre ambos hombres. Billy Name fue reconocido como «capataz de la Factory», como decía Warhol: el gerente, mayordomo y portero del estudio. Gerard Malanga llegó a ser conocido como su primer ministro.

Billy Name recordaba que la Factory recibió su nombre «gracias a mí, a Andy y a Ondine, que hicimos una loca lluvia de ideas clásica de las anfetaminas». Tras considerar «el Albergue» y otras opciones, decía Name, «los tres caímos en la cuenta casi simultáneamente de que aquel lugar había sido una fábrica, una fábrica de sombreros. Dijimos al unísono: "La Factory". Sonaba tan perfecto como si el propio lugar nos estuviera inspirando a proponer esa palabra. La vieja fábrica se convirtió en la Factory, la Fábrica por antonomasia». Lo destacable del relato de Name es que no da la impresión de que la creación artística pseudomecánica de Warhol tuviera mucho que ver con ello. No obstante, en sus primeros meses de existencia el estudio comenzó a

hacer honor a su nuevo nombre. Con la ayuda de Malanga y Name, Warhol empezó a crear una nueva e inmensa serie de esculturas que pretendían simular objetos producidos en masa, y que en parte estaban siendo ellos mismos producidos más o menos en masa. Estas eran las célebres *Cajas de Brillo* de Warhol, pero también un número aún mayor de cajas menos famosas dedicadas al kétchup Heinz, el zumo de manzana Mott's, las mitades de melocotón Del Monte, el zumo de tomate Campbell's y los copos de maíz Kellogg's.

Había encargado a un carpintero un lote de cajas de madera contrachapada antes de Navidad, mientras se embalaba y se vaciaba el parque de bomberos. Cajas que empezaron a warholizarse justamente mientras se plateaba la nueva Factory, al tiempo que no cesaban de recibir maderas en blanco. En el transcurso de unas ocho semanas, fueron pintadas y serigrafiadas de cien en cien. Las cajas se alineaban en filas a lo largo y ancho del estudio, y entonces Warhol y sus muchachos se ponían a trabajar en ellas, casi cual obreros de una cadena de montaje. Incluso a los críticos que acudían de visita los enganchaban a veces para ayudar. Nuestro artista y sus trabajadores realizaban una tarea tras otra con todas las cajas antes de pasar a la fase siguiente del proceso.

Malanga ofreció una descripción del proyecto treinta y cinco años después de haber trabajado en él (dado el tiempo transcurrido, puede excusarse que cometa ciertos errores):

> Billy Name y yo nos turnábamos para pintar con Liquitex [pintura acrílica] los seis lados de las cajas, que sumaban casi ochenta, comenzando por el zumo de tomate Campbell's, girando sucesivamente cada caja. Esperábamos hasta que se secase la pintura. Andy y yo repetíamos ese proceso serigrafiando de nuevo cinco de los lados, uno tras otro. El sexto lado, la cara inferior, permanecía en blanco. Hablábamos de vez en cuando mientras trabajábamos. En ese momento particular no ofreció ninguna interpretación específica de por qué se le ocurrió la idea de las cajas. Cuando yo le pregunté al respecto, se limitó a contestarme que le gustaba ir de compras. Como tenía veinte años, yo daba por sentado su gusto por las compras.

El último paso consistía en envolver las *Cajas* terminadas con papel de estraza grueso y apilarlas a lo largo de las paredes del estudio, a la espera del envío a su destino final: la galería Stable, donde estaba programada la inauguración de la segunda exposición en solitario de Warhol en Nueva York para el 21 de abril.

Al final hubo alrededor de cuatrocientas nuevas esculturas, en las que continuaron trabajando hasta la fecha de entrega. A Eleanor Ward no le entusiasmaba el proyecto —sus empleados la convencieron para que lo expusiera—, pero, tras los horrores de *Muerte y desastres*, es posible que viera esos falsos embalajes como un retorno (más o menos) seguro a la cultura de las mercancías que había presentado a

Warhol dieciocho meses atrás.

En realidad, el cambio entre las dos exposiciones en la Stable fue más pronunciado de lo que los críticos parecían reconocer. Si los cuadros de Coca-Cola habían tratado de los productos que un consumidor podía comprar y conservar, las nuevas obras estaban inspiradas en las grandes cajas de embalaje en las que se transportaban los bienes consumibles desde la fábrica hasta el minorista. Era como si Warhol estuviera pasando del momento del consumo al momento de la producción y la distribución, logrando una perspectiva cada vez más general de la economía estadounidense en la que nadaban tanto él como su público. Se trataba asimismo de una visión más distante, ya que no muchos espectadores de las nuevas obras de Warhol habrían tenido contacto directo con las cajas de cartón de un almacén como tenían con una icónica botella de Coca-Cola o una lata de Campbell's. Como dijo por entonces el amigo de nuestro artista Henry Geldzahler: «El contenedor desechable, en el que se tiran los productos comerciales que comemos, con los que limpiamos y con los que vivimos, se convierte en el tema de la escultura; todo el interés se concentra en la cáscara desechable, lo invisible, el medio de transporte». Con esta representación de lo invisible y lo impersonal, cabría decir que Warhol estaba pasando de lo *camp* a lo *cool*.

Nathan Gluck recordaba que había sido apartado de su trabajo publicitario para ayudar a Warhol con ese nuevo capítulo del pop. Fue enviado al supermercado de enfrente para hacerse con embalajes reales que sirvieran de modelo y llevó las cajas más atractivas que encontró: por ejemplo, una caja de cartón de fruta Blue Parrot, con un estilo *vintage* «artístico» que el coleccionista *camp* de Warhol habría codiciado antaño. «¡Oh, no, quiero algo ordinario!», exclamó nuestro artista, y le tocó a Malanga ir a la caza de logotipos mucho menos llamativos que acabarían siendo enviados para su conversión en pantallas de impresión.

Antes de hacer hincapié en el carácter «ordinario», común, de las nuevas esculturas, merece la pena recalcar que tenían una conexión tan fuerte con el arte vanguardista elevado como otras obras tempranas de Warhol. A título de ejemplo, hacían una referencia muy evidente al nuevo minimalismo que corría ya el riesgo de derrocar al pop art como «lo último». A principios de 1962, cuando la galería Green brindó su primera oportunidad al pop de Warhol, una simple caja minimalista del tamaño de un embalaje de piano ya había acompañado a su cuadro de *Billetes de dólar*.

Sin duda, el artista había concebido sus *Cajas* para que constase que tenía en mente la abstracción avanzada. Si se ven como formas, podrían ser igualmente obra de Donald Judd, aunque sean más

radicalmente reduccionistas que lo que ese decano del minimalismo había hecho hasta entonces. Pero, como sucedía siempre que Warhol recurría a lo abstracto, las *Cajas* son asimismo una burla a expensas de la abstracción: insinúan que la total austeridad de un Judd puede encontrarse también en un cartón del supermercado. Hacia el final de la década, Warhol estaba afirmando en realidad que el minimalismo no era nada más que un montón de ampliaciones de detalles extraídos del pop.

No obstante, la verdad es que las esculturas de *Cajas* son las más plena y abiertamente realistas de todas las obras de Warhol, hasta el extremo de que funcionan como un trampantojo en toda regla. Mientras que las *Sopas Campbell's* habían sido a todas luces cuadros de latas más que el objeto en sí —por mucho que los primeros espectadores ignorasen la distinción—, las cajas de madera serigrafiadas hacían un excelente trabajo sustituyendo los objetos cotidianos que representaban. Aunque la imitación de Warhol era menos fiel de lo que cabría pensar —cuando una caja real se le antojaba demasiado pequeña estaba encantado de ampliarla en su versión—, a ojos de los espectadores las cajas eran embalajes de almacén. Cabría definirlas como «*ready-mades* hechos a mano» o Duchamps artesanales. Pocos años después, Warhol estaría encantado de exponer las auténticas cajas de cartón de cada empresa como su arte.

Cuando un joven filósofo llamado Arthur Danto fue a ver las *Cajas* de la Stable, quedó tan impresionado que llegó a forjarse una importante carrera en torno a la revolución que estas representaban. En cuestión de meses había publicado un legendario artículo académico en el que sostenía que, una vez que las *Cajas* de Warhol habían demostrado que podría no haber diferencias visibles entre los productos de supermercado y los productos de las galerías, la única manera de decidir si un objeto era arte o no pasaba por ver dónde se exponía.

Warhol, siempre conocedor de los desafíos que su arte planteaba, tomó algunas medidas para reducir la confusión. Para su primera exposición en la Stable, con sus lienzos evidentemente artísticos, le había encantado repartir aquel texto académico de Suzy Stanton. Pero ahora que estaba presentando obras que podían parecer objetos salidos directamente de la cultura popular, optó por emparejarlos con palabras que procedían a las claras de las profundidades del mundo del arte. En la parte inferior del cartel de la exposición y en sus anuncios publicó un texto correoso escrito por un crítico vanguardista, quien citaba a su vez a un oscuro filósofo escocés que decía cosas tales como «experimentar cosas y sujetos como cosas y objetos es el resultado de adoptar ciertas actitudes». El ensayo tenía por título «La

personalidad del artista», que, según afirmaba, era justo aquello en lo que supuestamente no había que fijarse al contemplar las obras de la Stable. La mayor parte del cartel lo ocupaba una fotografía de Warhol en la que aparecía todo lo serio que podía estar, con corbata negra, como si acabara de recibir el Premio Nobel. No mostraba ningún rastro del «quinceañero que mascaba chicle» que había anunciado en su momento, pero también nos invitaba a preguntarnos si su nuevo aspecto convencional podría ser un engaño. Al fin y a la postre, se trataba de un cartel que nos pedía que ignorásemos al personaje del artista, al tiempo que presentaba una foto gigantesca de él.

«La intuición de Warhol era que nada de lo que pudiera hacer un artista nos daría más de la finalidad del arte de lo que ya nos daba la realidad», escribía Danto. La mañana del 21 de abril, cuando faltaban solo unas horas para la inauguración en la Stable, esa misma intuición llevó a Billy Name y Warhol a presentarse en la galería y simular con los centenares de cajas que allí había una «realidad» comercial prosaica. Había desaparecido el pulcro pedestal blanco sobre el que se habían posado las primeras *Cajas* de Warhol en una muestra colectiva en Los Ángeles, como si anunciaran: «Aquí hay arte». El sobrio cartel de la exposición neoyorquina cumpliría ahora ese cometido. En lugar de ello, en la sala delantera de la galería, las *Cajas de cartón del zumo de tomate Campbell's* estaban colocadas directamente en el suelo formando hileras, como a la espera de que los camioneros las transportaran hasta un muelle de carga. En el espacio posterior, de menores dimensiones, las *Cajas de Brillo* estaban apiladas hasta la altura de la cabeza por todo el lugar, como suministros acumulados para su almacenamiento a largo plazo. ¿Por qué dejar espacio para que una persona entrara a echar un vistazo? El pasillo que conectaba ambas galerías, que en su momento había albergado un regimiento de *Marilyns*, estaba ahora bordeado de una reserva de *Copos de maíz Kellogg's* y *Zumo de manzana Mott's*, acumulada por si se producía una fuerte demanda de alimentos para el desayuno.

«Eleanor parecía tensa, estreñida e ingrata el día de la inauguración», escribiría más tarde Emile de Antonio en su diario, y Warhol «revoloteaba entre las carcajadas y los rebuznos de los coleccionistas, los mariposones, los directores de arte y aquellos a quienes había dejado atrás». La inauguración de las *Cajas* estuvo abarrotada, y la filmación del evento parece mostrar que al menos los demás invitados lo estaban pasando en grande. Casi eran desplazados por las esculturas de Warhol, pero estaban felices de abrirse paso a través de ellas, a menudo sin apenas regalarles una mirada. «Era como atravesar un laberinto», decía su compañero el artista pop Robert

Indiana.

Gracias a Warhol, la exposición convirtió a los asistentes a la galería en visitantes azarosos de un almacén, forzados a circular entre cajas colocadas con algún propósito distinto de su delectación; algo más parecido a la visita que Andrew Warhola decía haber hecho a la fábrica de Heinz que a la contemplación absorta de los estetas. Las *Cajas* tuvieron tanto éxito a la hora de evitar la sensación de que aquello era arte que las eminencias que asistieron a la inauguración estaban encantados de tocarlas, cambiarlas de sitio y volver a apilarlas, con ningún guante blanco a la vista. (Aunque un listillo sonriente jugaba a hacerse el entendido observando una *Caja* con lupa).

Desde un punto de vista artístico y conceptual, incluso filosófico, Warhol se había anotado un tanto enorme. Sin embargo, no todos los espectadores pudieron reconocerlo en ese momento. Un visitante de la Stable se quejaba de que las *Cajas* representaban «el Antiarte con A mayúscula», sin comprender que eso era lo que las tornaba importantes. Un crítico elogió la exposición por ocupar una de las pocas «posiciones extremas» disponibles en el arte, a la vez que declaraba que esta expresaba perfectamente «la fealdad del espíritu de la época». En la inauguración, «los invitados no acertaban a creer que la galería osase darle a aquello el nombre de "arte"», recordaba un hombre que estuvo allí.

Tal vez por eso fuesen tan reticentes a comprar las obras.

La Stable anunciaba un precio de entre doscientos y cuatrocientos dólares por *Caja*, dependiendo del tamaño. Era toda una ganga para una escultura original y hecha a mano de un joven artista de éxito, pues las *Cajas* estaban en efecto hechas a mano, a pesar de que simulasen ser industriales. Ahora bien, como se apresuró a señalar Danto, aquella cifra era también unas mil veces lo que pagarías por una caja de cartón real que tuviera exactamente el mismo aspecto. El elitista precio del objeto era vital a la hora de establecer que las *Cajas* eran arte, pero eso no quería decir que los amantes del arte estuviesen por la labor de pagarlo. «Les gustaban a todos aquellos que las veían —decía Billy Name—, pero en realidad nadie las compraba. Durante algún tiempo, Andy no ganó prácticamente nada por las *Cajas*, y acabó vendiéndolas a cien dólares o incluso a cincuenta para deshacerse de ellas».

Si se hubiesen vendido todas las *Cajas* expuestas, la suma recaudada habría ascendido a unos sesenta mil dólares para el artista y la marchante, una cifra que cabe imaginar que le rondara a Warhol por la cabeza mientras las instalaba, y tal vez incluso a Ward. «Él pensaba que todos las comprarían al verlas, así lo creía de veras —decía ella—. Todos nos imaginábamos a gente caminando por Madison Avenue con

aquellas cajas de *Sopa Campbell's* bajo el brazo, pero jamás lo vimos». Al parecer, incluso Robert y Ethel Scull, coleccionistas pioneros del pop art, tenían sus dudas acerca de las nuevas obras. Habían anunciado sus planes de comprar veinte *Cajas* a trescientos dólares cada una, pero nunca lo hicieron. En una jugada bastante habitual en el mercado del arte, a Warhol y su gente les dio por fingir que las *Cajas* se habían vendido, con la esperanza de hacerlas parecer más comprables. Finalmente, con centenares de *Cajas* no vendidas en sus manos, nuestro artista encargó a Nathan Gluck que las envolviera en plástico y las subiera a la abarrotada planta superior de la casa de Lexington Avenue; algunas de las que quedaron sin envolver proporcionaban un placer interminable a los sobrinos de Warhol cuando iban a visitarlo.

La noche de la inauguración en la Stable, un invitado quedó especialmente impresionado por la obra de Warhol. Se trataba de James Harvey, un dedicado pero poco conocido pintor expresionista abstracto que, por casualidad, trabajaba con desgana como artista gráfico y producía objetos tales como la caja de cartón de Brillo que Warhol había utilizado a modo de prototipo. Unos meses antes, Harvey había expresado un absoluto desprecio por sus propias creaciones desdeñando su embalaje de Brillo, que había ideado tres años atrás, como «un buen diseño comercial pero nada más», y diciendo que casi podría hacer ese trabajo dormido. Como afirmaba un crítico pop, el diseño de Harvey estaba «dirigido a las posibilidades de venta más que al atractivo»; precisamente por eso había atraído a Warhol y por eso mismo Harvey no lo consideraba arte. Pero cuando vio las versiones de nuestro artista se le escapó un grito: «¡Oh, Dios mío, esos diseños son míos!».

Harvey era ya un oponente conocido del pop art de Warhol —había comparado las latas de sopa con los sensibleros cuadros victorianos—, pero un amigo que estuvo con él en la Stable decía que eso no hizo que le molestase el préstamo de nuestro artista: «Le pareció divertido. Todos los que entraron esa noche a la galería Stable se divirtieron». Harvey tuvo incluso la ocurrencia de firmar una de sus propias cajas de cartón y enviársela a un joven crítico, uniéndose a la chanza de Warhol, dado que no podía derrotarla. Manteniendo viva la burla, pero probablemente también en el genuino reconocimiento de las destrezas gráficas de Harvey, nuestro artista le ofreció entonces un intercambio de cajas, pero el diseñador fue abatido por el cáncer antes de que pudieran llevarlo a cabo.

En lugar de hablarse de una demanda y de una avalancha de escándalos y cobertura mediática, como se ha dicho con frecuencia, el

affaire Harvey-Warhol mereció únicamente cinco frases al final de un resumen de noticias en *The New York Times*, más una breve nota cómica en la contraportada de la revista *Time*.

El uso de la imagen de Harvey por parte de Warhol incluía un aspecto de interés, al menos para los historiadores del arte. Mientras que casi todas sus demás obras basadas en productos habían sido creadas en torno a logotipos y marcas icónicos, o como mínimo venerables, el nuevo diseño de Harvey para Brillo situaba a Warhol en un territorio mucho más contemporáneo. Sus primeras obras pop habían dependido de infundir nueva vida a imágenes tan conocidas y banales que se habían vuelto casi invisibles, pero apenas podía decirse lo mismo de un llamativo paquete de Brillo, que solo tenía tres años y que había sido diseñado para ser lo contrario de una vieja etiqueta de Campbell's. En el arte de Warhol, la nostalgia pegajosa del *camp* de los años cincuenta estaba cediendo finalmente ante problemas estéticos más actuales.

Ahora bien, la apuesta por algo tan llamativo y actual como el Brillo de Harvey entrañaba asimismo un riesgo: en cuanto diseño, podría atraer más atención que las *Cajas* de Warhol como arte plástico. Años más tarde, un columnista indignado pensaba que nuestro artista estaba pretendiendo atribuirse el mérito del magnífico embalaje de Harvey, cuando de hecho la intención del pobre Warhol era representar lo banal. Hasta los entregados amantes del arte comenzaron inmediatamente a pensar solo en los Brillos cada vez que aparecían sus *Cajas*. Gracias a Harvey, la *Caja de Brillo* es la reina suprema en el mundo warholiano, mientras que las otras cajas pop se han desvanecido de nuestra psique colectiva, incluso cincuenta años después. Por otra parte, si las versiones de Warhol de Campbell's y Coca-Cola subordinaban en cierto sentido su arte a esas marcas ya icónicas —pues este dependía de ellas en cuanto al significado cultural, más que a la inversa—, nuestro artista logró convertir el diseño de Harvey en su propia marca, hasta el extremo de que este podía representar prácticamente todo su proyecto pop. Seis meses después de la exposición de la Stable, *The New York Times* describía a Warhol como un artista «conocido sobre todo por sus facsímiles de las *Cajas de Brillo*». El logotipo de Harvey, que la Brillo Manufacturing Company no consideró digno de mantener por mucho tiempo, ha perdurado en la cultura únicamente a la sombra de una escultura de Warhol. Nuestro artista pasó de usar los iconos a crearlos.

Con uno de Los trece hombres más buscados.

21
1964

LA PRIMERA FIESTA EN LA FACTORY | *LOS TRECE HOMBRES MÁS BUSCADOS* PARA LA EXPOSICIÓN UNIVERSAL | UN *SOFÁ* OBSCENO Y UNA *MAMADA* | EL EMPIRE STATE BUILDING OBSERVADO | *FLORES*

«Las obras del artista no tienen casi nada que ver con sus mechas blancas ni con su pálida piel».

La noche de la inauguración de la exposición de Warhol en la Stable, sus invitados más distinguidos acudieron después a su Factory, recientemente cubierta con papel de aluminio, como recordaba Emile de Antonio:

> Marguerite [Lamkin] y Ethel Scull dieron una fiesta en el estudio de aluminio de Andy, en la calle 47. Todo el mundo estaba allí. Los Javits; Allen Ginsberg con una boina de Tam o'Shanter.
>
> Pero esas mujeres estaban locas y el marido de Ethel todavía más. Habían contratado a detectives de la agencia Pinkerton, que estaban abajo y no te dejaban entrar si no tenías invitación. Y muchos de los amigos de Andy quedaron excluidos porque aquellas elegantísimas mujeres no invitaban a esa clase de gente. «¿Gerard Malanga? No, lo siento, no está usted en la lista». Yo era el acompañante de Marguerite, así que pude entrar, pero los de Pinkerton controlaban el acceso y, por supuesto, Andy evitaba tener nada que ver con aquello porque no quería ninguna responsabilidad. Esa fiesta fue uno de los puntos álgidos de los sesenta.
>
> Ethel y Marguerite se odiaron después de aquella fiesta. Discutían por cuánto había gastado cada una, como en la cuenta de la comida.

Por supuesto, Ethel Scull era la coleccionista que había sido retratada por Warhol. Marguerite Lamkin era una periodista sureña de la alta sociedad a quien nuestro artista conocía desde hacía años. (Había escrito el primer reportaje para los medios de comunicación sobre su transición al pop art y también sobre sus *Elvises*). El hecho de ser «coanfitrionas» del evento significaba únicamente que compartían los gastos. Y sin embargo, pese a sus respectivas manías, habían organizado, como recordaba Emile de Antonio, «la fiesta más perra de todos los tiempos».

Durante los dos años precedentes, Warhol se había ido granjeando poco a poco una reputación de creador ligeramente excéntrico de un arte bastante excéntrico, lo cual significaba que su «fama» no pasaba

de los lectores de las columnas de arte. La fiesta en la Silver Factory representaba el primer paso para él, si bien todavía uno pequeño, en su camino hasta llegar a ser una celebridad verdaderamente pública, tan famoso por su fama como por cualquier cosa que hiciese.

Desde sus primeros tiempos en Nueva York, Warhol había andado de acá para allá en busca de diversión y del ambiente social adecuado. Ahora, de repente, podía quedarse en casa y dejar que los demás llegaran.

Todas las personas importantes en el pop art acudieron a la fiesta, pero allí estaban también los artistas de la escuela del *color field* y el pionero del arte postal Ray Johnson, así como el dramaturgo radical LeRoi Jones. Algunas celebridades invitadas apenas tenían conexión con el arte contemporáneo, como el senador de Estados Unidos Jacob Javits, la supermodelo Jean Shrimpton y los millonarios de Pittsburgh Drue y Jack Heinz, que debían de estar encantados de ver cómo sus comidas preparadas habían recibido por fin su reconocimiento por parte de Warhol en la Stable.

El pop fue el tema de la noche. Warhol y Malanga utilizaron una de las pantallas de la exposición de la Stable para imprimir telas para la modista Suzanne Moss, a fin de que esta pudiera acudir a la fiesta con un vestido amarillo estampado de Brillo; su larga falda tenía la forma de la caja auténtica. Robaron la idea de la fiesta pop de los Hopper en Los Ángeles y la comida se dejó en manos de Nathan's Famous, el restaurante de Coney Island, que instaló un puesto de perritos calientes con camareros que despachaban con gorras blancas y un enorme letrero que rezaba MÁS DE OCHO MILLONES VENDIDOS CADA AÑO. Esa noche pudo verse a un Warhol hambriento haciendo que fuesen ocho millones más uno. (Podían gustarle las salchichas de Frankfurt, pero ese mismo día le había pedido a un fotógrafo que le invitase al restaurante francés más nuevo y elegante de la ciudad). El resto del espacio estaba reservado para el puro regocijo, estimulado por una enorme gramola que tenía toda la «vulgar vitalidad» que un crítico británico había admirado en esas máquinas «pop». Al final de la noche, la locura era tal que pudo verse a la bailarina y crítica Jill Johnston colgada de las tuberías plateadas. Ray Johnson le dijo que era el mejor baile que le había visto hacer jamás: «Qué genial tu incorporación de esa tubería cubierta de papel de aluminio por encima de la gramola», escribió al día siguiente. Pero Billy Name estaba desesperado por conseguir que bajase antes de que reventaran las cañerías sobre la abarrotada pista.

Toda esa comprometida celebración parecía orquestada para lanzar a Warhol y su Silver Factory más allá de la vanguardia y a la luz pública, donde apenas había estado hasta entonces. Tan solo un mes antes se hallaba sumergido todavía en el territorio del arte. Había

conseguido salir en televisión en horario de máxima audiencia, lo cual era un buen signo sin duda, solo que se trataba de la televisión pública y de un programa de entrevistas en el que un soporífero Geldzahler invitaba a algunos artistas pop a justificar su nuevo movimiento. «Mi arte se ocupa sobre todo de aspectos formales», opinaba Roy Lichtenstein en un imperturbable intento de responder a los ataques a sus humildes pero fascinantes contenidos. Warhol había declinado inteligentemente hablar en absoluto, en lugar de ello llevó a cabo una demostración en vivo del serigrafiado de una de sus *Cajas* de la Stable, al son de «Sally Go 'Round the Roses», que sonaba tras él en el plató. En junio, en la radio pública, Lichtenstein y Oldenburg recalcaron con empeño su creencia en el pop como un arte elevado; por su parte, Warhol dijo que estaba demasiado colocado para responder preguntas.

«Las obras del artista no tienen casi nada que ver con sus mechas blancas ni con su pálida piel», había proclamado enérgicamente el sobrio texto del cartel de la Stable. Aquello podía tener sentido respecto de las propias obras, que bien podrían haber sido realizadas, en efecto, por un poeta o diseñador de iluminación de pelo oscuro (y, en cierto modo, tal era el caso). Sin embargo, el propio Warhol estaba empezando a concebir su peluca blanca y sus *Cajas de Brillo* blancas como un único paquete cultural. El coleccionista Bob Scull recordaba el apogeo del pop como un fenómeno tan social como artístico. En las inauguraciones de exposiciones de pop art, decía, «ya no veías llegar a mujeres con el aspecto de una chica Gibson. Se bajaban de una motocicleta vistiendo solo un top con dos estrellas en los pechos […]. En otras palabras, no se trataba únicamente de una inauguración para la pequeña comunidad artística, sino que el mundo entero estaba allí».

En la fiesta de la Stable, un visitante del siglo XXI podría haber quedado muy impresionado por lo alejado que se hallaba Warhol todavía de esa visión: ahí estaba él con su elegante traje oscuro, su camisa blanca y su corbata, lucidos con una simpática sonrisa y, en esa ocasión, una pequeña y modesta rosa en la solapa. La fiesta podría haber señalado su pleno ingreso en la vida pública, pero aquel hombre no había cambiado tanto con respecto al de finales del decenio precedente.

Casi a mediados de 1964, y tras dos años enteros de ascensión artística, Warhol no había llegado a ser todavía el tipo genial que conocemos, o creemos conocer, según la tradición de la década de los sesenta. En una foto tras otra de los primeros años del pop, su vestimenta de día parece tan modesta como su atuendo de fiesta: chaquetas de tweed holgadas sobre camisas de vestir arrugadas, remetidas en chinos o vaqueros, combinadas a veces con una corbata de rayas y siempre con unos maltrechos zapatos Oxford salpicados de pintura; «zapatos vulgares por los que asomaban los dedos —

recordaba Emile de Antonio—, los zapatos más horrorosos que jamás se han visto». (Se conserva un par, que fue incorporado al retrato escultural de Warhol realizado por su amiga Marisol). Con mínimas variaciones, llevaba ese mismo conjunto en casa, en la calle, en los restaurantes elegantes y cuando revolvía todo su estudio, al menos si tenía delante una cámara para grabarlo. Le contaba a Malanga que había guardado los trajes elegantes de sus años comerciales. Pero aún tenía que encontrar un atuendo de artista plástico capaz de atraer la misma atención. Por la época de la fiesta, cuando decidió pintar un nuevo autorretrato, optó por dotarse del aspecto de un joven perfectamente convencional con una camiseta serigrafiada en vivos colores modernos.

Tan solo unos pocos detalles externos comenzaban a insinuar al *hipster* que se avecinaba.

Desde hacía ya varios años, Warhol y sus gafas oscuras se habían vuelto casi inseparables. En octubre de 1962 las llevaba puestas, de noche en el interior, en la inauguración de la exposición «Los nuevos realistas» de la Janis, cuando cabría pensar que el arte exigía una visión diáfana. (Bien es cierto que en las mismas fotos también aparece Geldzahler con unas, como si un comisario de arte tan agudo como él pudiera permitirse no ver). Warhol llevaba gafas de sol de nuevo, o todavía, seis meses después mientras terminaba las serigrafías del *Atún* en el estudio del parque de bomberos, y después en un día lluvioso, cuando estaba comenzando con Elvis. Una historiadora del arte con sordera parcial le visitó en su casa una vez, y tuvo que rogarle que se quitara las gafas de sol, pues había descubierto que el contacto visual le ayudaba a leer los labios.

Las gafas de Warhol tenían una montura de plástico marrón claro, ligeramente más redondeadas que las negras y duraderas que aparecían en las películas de James Bond, y volvió a llevarlas en el retrato de fotomatón que entregó para el catálogo de la exposición «La imagen popular» de Washington, también al ser fotografiado en su casa con su retrato de Ethel Scull y una vez más en la oscuridad de sus primeros días en la Factory, todavía no plateada ni iluminada. Se las levantaba para mirar a través de su Bolex e incluso las llevaba, para el consumo del gran público, mientras lo grababan en el plató de aquel programa de televisión.

Como ocurría con tanta frecuencia con Warhol, se trataba básicamente de seguir las últimas tendencias, en este caso marcadas por los comandantes en jefe de la moda de los sesenta: «Los Kennedy son el estímulo más importante para este negocio desde Garbo», decía un ejecutivo de la industria de las gafas de sol. La cita es de un artículo que mencionaba los ciento diez millones de dólares que los estadounidenses se habían gastado en ese objeto en 1962, un 30 por

ciento más que los dos años precedentes, cuando Jack Kennedy y sus gafas de sol habían ganado las elecciones. No mucho después de aquella primera fiesta en la Factory, hasta *The New York Times* había llegado a publicar un reportaje sobre las últimas tendencias titulado «Dark Glasses After Dark: For the Eyes or Ego?» («Gafas oscuras por la noche: ¿para los ojos o para el ego?»). En él se informaba a los lectores de que una visita a los clubes más de moda de Nueva York revelaría «a algunas personas que se pasan la noche sentadas mirando a través de sus gafas de sol como si estuvieran en la playa, en lugar de en un sótano tenuemente iluminado».

La moda de las gafas de sol tenía una doble ascendencia, que encajaba a la perfección con la compleja mezcla de cultura dominante y *underground* que convergía en el personaje de Warhol. Las gafas de sol fueron lanzadas al público en los años treinta por las estrellas de Hollywood que fingían buscar el anonimato; de ahí la referencia del ejecutivo industrial a Garbo, el ídolo de nuestro artista. Posteriormente, este complemento halló una segunda identidad independiente entre los *beatniks* y los *beboppers* del Greenwich Village, cuyo consumo de drogas hacía que la luz les dañase los ojos. Para cuando las gafas oscuras se habían convertido en un elemento permanente del rostro de Warhol, un entendido anunciaba ya que «si estás realmente "en la onda" no te pillarán llevándolas en interiores ni por la noche, porque parecerías alguien que está "fuera de onda" pero finge estar "en la onda"».

En realidad, Warhol no tenía muchas más opciones que llevar puestas las gafas oscuras cuando decidía usar ese complemento. Se pidió a un óptico que analizase los varios pares de gafas que se conservan, que descubrió que se correspondían con las lentillas graduadas para corregir la extrema miopía de Warhol: «Sin sus gafas, apenas habría sido capaz de reconocer una cara a muy pocos metros». Así pues, las gafas de sol de nuestro artista no solo eran molonas. Daban la impresión de no ser más que una declaración de moda, pero así ocultaban su condición natural de cuatro ojos. «Me ponía las gafas de sol cuando no llevaba lentes de contacto y quería ser fotografiado», reconoció en privado Warhol en cierta ocasión, lo cual parece abarcar la mayor parte de las fotos de los años sesenta que tenemos de él, tal vez porque las únicas lentillas que podía comprarse por entonces eran todavía duras y dolorosas.

Warhol había hallado una manera astuta de ocultar su visión deficiente, pero su forma de camuflar su calvicie tenía un toque de genialidad. Ya en imágenes de finales de 1963 se le aprecia una franja de cabello oscuro en la parte posterior de la cabeza que sobresale unos centímetros por debajo de la peluca rubia. Ni que decir tiene que eso tornaba más evidente que llevaba peluca, pero era también tan

absurdamente obvia que daba la impresión de ser una opción de vestuario deliberada y extrema, más parecida a un extravagante sombrero que a un postizo que ocultaba la escasez de pelo. Malanga recordaba que, cuando conoció a Warhol, los primeros meses se dejó engañar: «Si alguien se queda calvo, se pondrá, por ejemplo, una simple peluca castaña, algo con lo que espere no llamar la atención. Andy se puso un extravagante pelo plateado. Cuando lo mirabas, no pensabas "Lleva peluquín", sino "¡Dios mío, mira el pelo de ese tío!"». En realidad, en 1963, el postizo de Warhol todavía parecía rubio natural; la peluca verdaderamente plateada no llegó hasta uno o dos años después, pero incluso entonces un reportero habría creído que el oscuro pelo de nuestro artista estaba a la vista por detrás y que la parte de arriba había sido platinada por algún peluquero.

Una nueva exposición radical, un pelo llamativo y unas gafas molonas, una fiesta enorme con fotógrafos a la última retratando a las celebridades congregadas; todo estaba en su lugar para un éxito rotundo. Salvo que no circuló casi ninguna de las fotos porque nadie publicó un artículo sobre la fiesta, pues esta era en honor de un artista que era menos conocido todavía que su arte. E incluso mientras se comía su perrito caliente de Nathan's, Warhol sabía que acababa de perder su mejor oportunidad de causar una gran sensación entre los asistentes. Durante bastante más de un año, había estado trabajando en un importante mural público que verían los setenta millones de personas que se esperaban en la Exposición Universal de Nueva York de 1964. Tras semanas de cobertura ininterrumpida, la Exposición Universal iba a abrir las puertas la mañana siguiente a la inauguración de la muestra de Warhol en la Stable. Y durante la fiesta sabía que en la importante feria no estaría presente su arte, así como que lectores de los periódicos también lo sabían.

Si parecía feliz aquella noche en su loft plateado, era porque se estaba esmerando en ocultar una terrible decepción.

El proyecto del mural había comenzado a finales de 1962, con una invitación de Philip Johnson, el arquitecto y antiguo comisario del MoMA que había diseñado el complejo de edificios que integraban el pabellón del estado de Nueva York de la feria. Uno de ellos era el Theaterama, un cilindro gigantesco en el que se proyectaba una ostentosa película integral sobre el estado, y Johnson había recibido el encargo de encontrar obras de arte contemporáneo para instalarlas en la vacía fachada de hormigón del edificio. Las nuevas piezas pretendían ser «un interesante contrapunto a la exhibición de arte tradicional mostrado en el pabellón, donde todas las obras reflejaban la creatividad artística tradicional del estado». El arquitecto había

escogido casi una docena de los más destacados abstraccionistas y artistas pop que tendrían el honor de decorar su fachada, y no era de extrañar que Warhol figurase entre ellos, incluso en una etapa tan temprana de su carrera: Johnson ya le había comprado la *Marilyn* dorada y su pareja, un esteta mucho más joven llamado David Whitney, se movía en los mismos círculos homosexuales y artísticos que Warhol.

Ese encargo debió de haber entusiasmado a nuestro artista, que apenas estaba comenzando a cosechar el éxito en las artes plásticas. Además de las multitudes que llegarían a ver su primera obra pública, que era con creces su trabajo más ambicioso hasta la fecha, estaría en excelente compañía: Roy Lichtenstein, Robert Indiana, Ellsworth Kelly y John Chamberlain, todos ellos sus favoritos, figurarían entre sus compañeros de artes en la fachada del Theaterama.

Ya en septiembre de 1963, Indiana había estado relamiéndose ante la perspectiva de su vasto nuevo público. «Seguro que habrá más reproducciones de esa obra, y más cobertura en la prensa, que de cualquier otra cosa que yo haya hecho», le comentó a un entrevistador. También sabía que resultaba improbable que los visitantes de la exposición fuesen el público más receptivo para la clase de arte que él y sus compañeros iban a presentar: «Estoy seguro de que prácticamente se amotinarán contra él».

Warhol conocía las dimensiones del espacio que tenía que llenar (seis metros cuadrados) y sabía que percibiría seis mil dólares por hacerlo, una suma considerable por entonces, pero tardó su tiempo en decidir qué plasmar en esa superficie. Cuenta la leyenda —en realidad circulan varias historias, que difieren bastante entre sí— que todavía se estaba planteando qué hacer bien entrada la primavera de 1963, cuando enfureció a su amigo Ray Johnson al ofrecerle dinero a cambio de sus sugerencias. Finalmente, una noche de abril mientras cenaba *coq au vin* con unos amigos llegó la ayuda: Wynn Chamberlain le sugirió que basase su proyecto en fotos de fichas policiales, como las de los folletos de los más buscados que un novio policía del pintor llevaba a casa todo el tiempo. A Warhol le encantó la idea. Le permitiría cruzar los rostros de celebridades como los de sus cuadros de Marilyn y Liz con los temas sombríos e incluso criminales de su *Muerte y desastres*. También hemos de preguntarnos si las mismas fichas policiales podrían haber acechado detrás de la cuadrícula de «fotos de carnet» que hizo de Ethel Scull en el fotomatón, y que parecen haber sido comenzadas después de la cena con Chamberlain; sería propio de Warhol poner a caldo en privado a una mecenas prepotente concibiéndola como una delincuente.

En torno a la mesa de aquella cena gay, ¿cómo podría haberse resistido Warhol a la idea de un mural público creado en torno a la

sugerencia de que los varoniles policías podían tener a los hombres más buscados?[10] Ya había encontrado esta fusión entre los delincuentes buscados y sus propios enamoramientos homosexuales: una de las revistas de cine que leía había publicado un extenso reportaje sobre Warren Beatty, tema de una de las primerísimas serigrafías de Warhol, que comenzaba con las palabras «¡SE BUSCA! ¿Has visto a este hombre? VIVO O MUERTO: Queremos a Warren Beatty vivito… ¡y coleando! Tu recompensa: lee este reportaje y consigue nuestro preestreno del debutante más sexy de Hollywood».

El programa que Warhol llevó a casa por el estreno, en 1955, de la versión cinematográfica de *Ellos y ellas* contaba que Marlon Brando, otro de los temas del pop art de nuestro artista, «no está en la lista del FBI, pero es incuestionablemente uno de los hombres "más buscados" de Estados Unidos». Basándose en su experiencia en Pittsburgh, cuyos clubes gais estaban dirigidos por la mafia, Warhol podría haber albergado de algún modo la idea de que los criminales —tal vez incluso la clase trabajadora en su conjunto— era más relajada en lo tocante a la homosexualidad de lo que pudieran ser los elegantes jueces y policías.

El mundo del arte habría ofrecido modelos que tornaban irresistible el concepto de mural. Décadas antes, Marcel Duchamp había realizado un famoso cartel de *Se busca* de él mismo y lo había incluido después entre las pequeñas reproducciones de la *Boîte-en-valise* que poseía Warhol. (De hecho, el cartel fue mencionado en algún artículo sobre el mural de nuestro artista). Robert Rauschenberg, posiblemente solo superado por Duchamp en su influencia sobre Warhol, había incluido un folleto policial de «Se busca» en un ensamblaje que había formado parte de su exposición pionera en la Castelli en 1958.

El novio de Chamberlain proporcionó a Warhol un folleto publicado un año antes por el Departamento de Policía de Nueva York con el título «Los trece más buscados», y Warhol encargó que le hicieran pantallas de treinta y siete centímetros cuadrados a partir de sus veintidós fotos de fichas policiales. (La mayor parte de los trece delincuentes habían sido retratados tanto de frente como de perfil). La ampliación era tan enorme que los puntos de semitono de las pequeñas fotografías del folleto empezaban a parecerse a los goterones de los cuadros de Lichtenstein; un escritor hizo referencia al «artístico» serigrafiado por puntos de las fotos de fichas policiales de nuestro artista. En 1961, el mismo crítico británico que había acuñado el término «pop art» había mencionado que los pintores hábiles podían sacar partido del hecho de que cuando las caras se reproducen en un semitono muy tramado «pierden su identidad y su escala y devienen superficies amorfas y evocadoras».

Las pantallas para el mural de Warhol llegaron a la Factory en

febrero y marzo de 1964 y se imprimieron en negro sobre tableros claros. Esa primavera, el trabajo en el estudio debió de ser frenético, toda vez que los hombres más buscados competían por tiempo y espacio en el suelo con las *Jackies* y los centenares de *Cajas* para la exposición de la Stable. No obstante, el lunes 13 de abril, cuando faltaba todavía una semana para la fecha de entrega de las *Cajas*, *Los trece hombres más buscados* de Warhol lucían en la fachada del Theaterama.

Pero por entonces se avecinaban los problemas. Las primeras menciones del proyecto habían sido sumamente halagüeñas. Warhol, con sus preceptivas gafas oscuras, apareció en una foto de grupo de los artistas del Theaterama que se publicó en el número de febrero de *Harper's Bazaar,* y su nombre se había mencionado aquí y allá en la cobertura anticipada de la feria. A principios de marzo, sin embargo, un Johnson preocupado había enviado a nuestro artista un telegrama advirtiéndole que no hablara con los periodistas ni revelara información sobre el tema de su mural. Al parecer, lo único que se había comunicado a la prensa era que a Warhol se le había encargado pintar «un comentario sobre algún factor sociológico de la vida estadounidense». Tan pronto como se exhibió la obra pudo entenderse la preocupación de Johnson: Jimmy Breslin, el célebre columnista, visitó la exposición ese lunes, y el martes ya había publicado un artículo entero satirizando el mural de Warhol, cuyo estilo apodó de «Rikers Island temprano», en referencia a la conocida prisión neoyorquina.

«Nuestros mejores pecadores locales miran hacia abajo desde este mural. Deben de haber contratado a un viejo alcaide como director artístico de la exposición», escribía Breslin. Afirmaba que la obra demostraba que Warhol estaba «en contra del comercio, la industria y la sociedad en general». Con su talante habitual, el crítico citaba asimismo el desconcierto de un irlandés local: «Imagino que debe de haber estado bebiendo sin parar —comentó el carpintero a Breslin mientras observaban a uno de *Los trece hombres más buscados* de Warhol—. Para meterse en tantos problemas como para que cuelguen tu foto en un edificio de la Exposición Universal, un hombre tiene que haber estado borracho todo el tiempo».

Breslin no era precisamente un alma delicada que se ofendiera al ver a unos atracadores de bancos —sus columnas como el hombre del pueblo estaban llenas de tales criaturas—, pero claramente le irritaba que un pabellón destinado a ser una celebración de las energías creativas de Nueva York se convirtiera en una celebración de sus delincuentes.

En el peor de los casos, Warhol había concebido su mural como una broma y una tomadura de pelo más que como alguna clase de ataque.

Un joven agitador había interpretado en realidad el proyecto como partícipe del *establishment*. Decía que nuestro artista parecería una puta si se plantease siquiera hacer arte para los amos corporativos que dirigían la feria: «¿Cómo puedes explotarte a ti mismo y dejarte usar por ellos?». Pero los ciudadanos medios creían que eran ellos quienes habían sido maltratados por Warhol.

El día siguiente a la publicación de la columna de Breslin, el principal periódico de Queens publicó un artículo en primera plana acompañado de una gran fotografía del mural y se preguntaba con vehemencia si la obra de Warhol sobreviviría a los «esperados gritos de protesta» sobre la pertinencia de exhibir semejante arte en la fachada de un pabellón «destinado a proyectar la imagen del estado de Nueva York ante el mundo». El artículo citaba a infinidad de espectadores indignados que decían cosas tales como: «La exposición es un lugar para la belleza, el progreso y el disfrute, no un telón de fondo para vallas publicitarias de criminales» y «Una pintura con todos esos delincuentes arruinará en parte la diversión de la muestra. Debería retirarse».

Un día después, Philip Johnson defendió el mural de Warhol como el mejor de los diez que había encargado. Un portavoz oficial de la feria negó que hubiese habido ninguna «algarabía pública» al respecto, y afirmó que el mural permanecería expuesto durante los dos años del evento.

Se equivocó exactamente en lo de dos años. A los dos o tres días el mural se había cubierto con una lona. Incluso antes, un equipo de filmación de la NBC había recibido instrucciones de no dejar que apareciese la obra en sus secuencias, garantizando así su completa desaparición de la cobertura de la feria en horario de máxima audiencia.

Warhol y Johnson trataron de salvar las apariencias, asegurando a los periodistas que el propio autor se había sentido decepcionado al ver los paneles *in situ* y que había decidido presentar una obra completamente nueva. «Yo creía que no teníamos derecho a obligarlo a conservar esta», decía Johnson, al tiempo que insistía en que cualesquiera quejas que pudiera haber escuchado de los espectadores se referían al tema del mural y, por consiguiente, «no tenían nada que ver con el arte». Le molestaba la sugerencia de que Warhol y él hubieran cedido a la presión de los organizadores de la feria. Había sido así casi con toda seguridad.

Surgieron varias explicaciones para la censura a lo largo de los meses y años siguientes, en público y en privado. En un momento dado, Warhol declaró a *The New York Times* que uno de los acusados había sido indultado, por lo que el mural ya no era «válido». Más tarde, Johnson mencionó que algunos de los hombres del folleto del

Departamento de Policía de Nueva York habían sido absueltos, por lo que existía un riesgo de demandas, pero también aseguró que Nelson Rockefeller, gobernador de Nueva York y financiador del pabellón, le había llamado «angustiado» por el número de italianos entre los delincuentes del mural. Se corría el riesgo de ofender a un electorado que el gobernador necesitaba en su taimada campaña para la nominación presidencial republicana, en la que competía contra el ultraconservador Barry Goldwater. Rockefeller perdió estrepitosamente, incluso sin el mural de Warhol como hándicap; aunque lo irónico es que Malanga interpretaba *Los trece hombres más buscados* como un guiño complaciente a la plataforma de Rockefeller de mano dura contra el crimen.

Más recientemente, los estudiosos han sostenido que la retirada de *Los trece hombres más buscados* tenía que ver con la homofobia. La ciudad había emprendido una ofensiva brutal contra la cultura homosexual en su «limpieza» para recibir la afluencia de turistas de la Exposición Universal —Mekas fue arrestado por proyectar la *Flaming Creatures* de Jack Smith—, de modo que un mural que mostrase a un artista varón anunciando a trece matones a los que podría «buscar» no iba a ser tolerado. Ese mismo junio, la revista *Life*, supuestamente liberal, publicó —en un número que celebraba nada menos que el movimiento por los derechos civiles— un largo artículo lascivo y acusador sobre el «desorden social» de la homosexualidad y cómo «hoy en día, especialmente en las grandes ciudades, los homosexuales están abandonando sus maneras furtivas y admitiendo abiertamente su desviación, e incluso alardeando de ella».

Pero la verdad es que simplemente las quejas acerca de la indecencia en general de la obra de Warhol, verbalizadas con suma vehemencia por una figura tan poderosa como Breslin, podrían haber bastado para torpedear el proyecto. Como ha dicho un estudioso, el mural era «uno de los compromisos más audaces con la criminalidad a los que jamás se había atrevido un artista visual». No era el material más idóneo para una Exposición Universal.

Las connotaciones *queer* del mural habrían sido evidentes para Warhol y su círculo, así como una fuerza motriz en su creación. Nuestro artista contó que al principio se había planteado otra opción para el encargo, un gigantesco pepinillo nudoso, y el mural ejecutado hacía una referencia atrevida a los homosexuales más brutos, al menos para aquellos que estaban en el ajo. Cuando Warhol escogió *The Thirteen Most Beautiful Boys* como título para la serie de carretes de retratos que estaba grabando a principios de 1964, el nombre estaba claramente inspirado en *Los trece hombres más buscados*, que ya había concebido, lo cual confirmaba que el deseo impulsaba a ambos. Pero habría supuesto, probablemente con acierto, que esa clase de

contenidos gais excedían la imaginación de la corriente estadounidense convencional, cuya sexualidad era primitiva.

«Caballeros: por la presente quedan autorizados a pintar encima de mi mural en el pabellón del estado de Nueva York en un color que el arquitecto juzgue adecuado», escribió Warhol al Departamento de Obras Públicas del estado el 17 de abril, el mismo día en que un periódico anunciaba la retirada de la obra. En la siguiente ocasión en la que alguien escribió acerca del mural, este había sido completamente cubierto de pintura plateada y así permanecería durante los dos años de duración de la exposición. Warhol visitó varias veces el lugar de su debacle y, en el verano de 1965, pudo al menos fingir que racionalizaba la desaparición del mural: «Yo no creo en nada, así que esta pintura es ahora más yo —declaró a un periodista para quien seguramente se organizó la visita—. Como la plata es tan nada, hace que todo desaparezca».

Pocos días después del plateado de *Los trece hombres más buscados*, las vastas ampliaciones utilizadas para hacer sus serigrafías se exhibían orgullosa y prominentemente como retratos en las paredes de la fiesta de la Stable de Warhol. Se hizo fotografiar junto con otros cuatro artistas pop delante de algunos de esos hombres más buscados, tal vez a modo de polémica silenciosa contra la censura de la exposición. (La foto se publicó en el *Village Voice*, que estaba en contra de la feria). No obstante, por muy seguro que pudiera haber estado Warhol de la excelencia de su arte criminal, aquello fue un golpe para su orgullo y su reputación. La noche de la inauguración de las cajas, es probable que el propio fracaso del primer encargo público de Warhol fuera el tema de conversación en una fiesta concebida como una celebración de su éxito en la Stable.

Wynn Chamberlain contaba que Warhol jamás le perdonó del todo por haberle sugerido las fotos de las fichas policiales: «Tras ese revés, Andy dejó de pedirme que le diese ideas y dejó de experimentar con la crónica social».

La Bolex, las regletas y las pantallas de impresión, el Obetrol…, Warhol llegó a la Factory pertrechado ya con casi todo lo que necesitaba para cultivar su nuevo arte. Correspondió a Billy Name proporcionar el único suministro artístico que faltaba: el infame sofá del estudio.

> Estaba en la calle Cuarenta y siete, justo en la acera, esperando. Alguien acababa de tirarlo ahí. Yo iba camino de la Factory; lo miré y dije: «Esto va a la Factory». Intenté empujarlo y —«¡Guau, genial!»— iba sobre ruedas. Era un mamotreto. Lo llevé rodando hasta el ascensor y lo metí en la Factory, donde llegaría a formar parte del paisaje.

Aquel sofá, una gigantesca pieza de *art déco* cubierta de terciopelo carmesí, se convirtió en el elemento central de la vida y el arte de la Silver Factory. Incluso llegó a interpretar el papel protagonista en su propia película, titulada por supuesto *Couch* (*Sofá*), en la que la silenciosa Bolex de Warhol graba a una selección continuamente cambiante de warholianos —viejos fieles como Naomi Levine y Malanga, pero también visitantes como los poetas Allen Ginsberg, Jack Kerouac y Piero Heliczer y su esposa, Kate— en acciones que van desde la conversación insulsa, pasando por el pavoneo sexy y la ingesta de un plátano, hasta la felación completa, el sexo anal y el sexo oral y anal. Las travesuras de sofá del largometraje nos hacen una primera sugerencia de que la libertina escena social que Warhol estaba creando en su nueva Factory constituía asimismo el tema y la sustancia de su arte. Quien veía esas obras más recientes de Warhol estaba viendo también su mundo.

Warhol había hecho un intento valeroso si bien tal vez ingenuo, de crear arte avanzado para el público general de la Exposición Universal, pero había descubierto que este rechazaba su propuesta. Igual de contundente fue el rechazo que sufrió por parte del mundo del arte, también aquel abril, cuando quedó excluido del gran festival de la Bienal de Venecia, que abriría sus puertas en junio. Alan Solomon había sido el encargado de organizar la descomunal contribución estadounidense, con ocho espacios enteros que llenar, que, a pesar de ser un admirador de Warhol, había reservado a algunos de los rivales del artista, tales como Claes Oldenburg y Jim Dine. Hubo algo más hiriente todavía. Cuando se inauguró la muestra, Robert Rauschenberg recibió una enorme atención mundial al ganar el principal premio de pintura por la excelencia de «su» nueva técnica serigráfica, que por supuesto se lo debía todo al trabajo del propio Warhol con las pantallas de impresión. Ese mismo abril, nuestro artista quedó fuera de la vasta panorámica del arte reciente que ofrecería en verano el museo Tate de Londres, pese a que los organizadores habían juzgado pertinente la inclusión de casi todos los demás artistas pop de Nueva York. La ofensa se agravó cuando el ensayo del catálogo de dicha panorámica dejó claro que conocían «los estantes de latas de supermercado» y «las hileras de horrores idénticos a los que se encuentran en el quiosco» de otro artista a quien, sin embargo, no se dignaban nombrar.

Al parecer, en los meses siguientes Warhol se habría dedicado a rechazar a los rechazadores. Cuando se presentó un fotógrafo para hacerle un retrato, le sugirió comenzar la sesión con él sentado en el retrete de la Factory, en el cubículo marcado para mujeres nada menos, con los ojos ocultos tras sus gafas de sol. Aquello era casi como

hacer la peineta a su público. Con la decisión de filmar *Couch*, parecía que Warhol dejaba de crear obras que solo podían agradar a los más iniciados. Incluso sus películas más anodinas de esa época estaban siendo descritas como «extraordinariamente excéntricas» por el destacado crítico cinematográfico Vincent Canby. Durante los primeros años, *Couch* solo se proyectó íntegramente junto al propio sofá de la Factory, para que la viera esa misma gente que había participado en ella. «Practicas la perversión, te largas a tomar un café y regresas para ver la película», recordaba un visitante del estudio.

En enero, tras sus breves grabaciones de los cortes de pelo gais, Warhol había filmado una película titulada *Blow Job*, en la que su cámara se recrea en el expresivo rostro de un guapo jovencito al que se le está haciendo algo por debajo del cinturón durante media hora. Al menos eso es lo que suponemos por el título, pues la grabación en sí es perfectamente casta y no vemos ninguna eyaculación. Seis meses después, con *Couch*, Warhol había abandonado todo remilgo y decoro.

«¡Una erección de ocho horas!». Así era como parecía haber concebido Warhol otro proyecto que se cruzó en su camino a mediados de julio, por la época en la que andaba rodando *Couch*. Jonas Mekas y un joven cineasta llamado John Palmer acudieron a él con una idea para una película que se les había ocurrido unos días antes, cuando habían ido a enviar por correo el último número de la revista *Film Culture* de Mekas:

> La oficina de Correos más cercana estaba en el Empire State Building. Mientras llevábamos nuestra pesada carga, el edificio era nuestra Estrella Polar: estaba siempre ahí, delante de nosotros, guiándonos…
>
> De repente los dos nos detuvimos. Tuvimos que parar a admirar el Empire State. No recuerdo quién lo dijo, John, yo o los dos a la vez. «¿No es genial? Esta es una película perfecta para Andy Warhol».

El concepto que le presentaron a Warhol consistía en hacer una nueva *stillie*, como llamaban los iniciados a las películas estáticas de la Factory, que no sería nada más que un retrato de una sola secuencia, interminable y no editada, del Empire State; una especie de repetición de *Sleep* con un durmiente inanimado, por lo que estaba garantizado que no se movería ni parpadearía. A Warhol le encantó la idea. Pidió a un amigo llamado Henry Romney, que estaba a cargo de las relaciones públicas de la Fundación Rockefeller, que les facilitase el acceso nocturno a su oficina en la planta 41 del edificio Time Life, en la calle Cincuenta Oeste. Tenía una vista envidiable del edificio más alto del mundo, cuya nueva iluminación estaba siendo pregonada justo a tiempo para la Exposición Universal, en la que Warhol había estado a

punto de causar sensación y que, al igual que la torre, rendía homenaje a Nueva York, el «Estado imperio». Después de todo, los organizadores de la exposición estarían ayudando a Warhol, de manera indirecta y sin saberlo, con un notable proyecto. Tal vez él sí fuese consciente de ello.

Los colaboradores de nuestro artista alquilaron una cámara cinematográfica que podía filmar bobinas de treinta y tres minutos en lugar de las tomas de tres minutos de la pequeña Bolex. Entonces, unos minutos antes de las ocho de la tarde del sábado 25 de julio, Mekas, Palmer, Romney, Malanga y Warhol, acompañados por Henry Geldzahler y la aspirante a bailarina Marie-Claude Desert, novia de Mekas en ese momento, subieron en ascensor hasta su puesto de observación sobre la ciudad, con una reserva no solo de película, sino también de sándwiches, cerveza y hierba. (Warhol ya había probado la hierba, aunque se pasase la vida simulando lo contrario). Mekas y Palmer instalaron la cámara delante de la ventana, enfocaron al infinito, abrieron al máximo el diafragma y dejaron que nuestro artista echase un vistazo al encuadre. Apagaron las luces a fin de que no se viesen reflejados en la ventana (aunque la cámara les captó de vez en cuando de todos modos) y luego se acomodaron en un sofá en el lado opuesto de la sala. A partir de entonces, la única acción notable se produjo las nueve veces que tuvieron que cambiar la película en la cámara.

He aquí algunas notas tomadas por Malanga mientras trabajaban:

ANDY: Digamos cosas inteligentes.
GERARD: ¡Oye! No queremos engañar al público, querido.
JOHN: Estamos alcanzando un nuevo hito.
ANDY: Henry, di Nietzsche.
HENRY: ¿Otro aforismo?
JOHN: Las películas B son mejores que las películas A.
ANDY: Jack Smith en todos los garajes.
MARIE: Algún día todos viviremos bajo tierra y esta película será un exitazo.
JOHN: ¡La falta de acción en las tres últimas bobinas de trescientos sesenta y cinco metros es alarmante!
HENRY: Tienes que marcar estas bobinas con mucho cuidado para que no se mezclen.
JOHN: ¿Por qué nos estamos poniendo tontos?
MARIE: He leído en alguna parte que el arte se crea en la diversión.
JONAS: ¡¿Sabíais que el Empire State se balancea?!
JOHN: Esta es la sesión de rodaje más extraña en la que he participado.
GERARD: Deberíamos poner cristales para que el público mire a través de ellos.
ANDY: ¡El Empire State es una estrella!
JOHN: ¿Ha pasado algo?
MARIE: No.
JOHN: ¡Bien!
HENRY: El guion exige una toma panorámica en este punto.
HENRY: No entiendo por qué se rechazan constantemente mis consejos artísticos.

HENRY A ANDY: Los granujas están fumando hierba otra vez.
ANDY: Es como Flash Gordon volando por el espacio.
JOHN: Creo que en los últimos treinta metros no ha pasado nada.
GERARD: Jonas, ¿cuánto se supone que debe durar esta entrevista?
JONAS: Todo lo que tengas.
ANDY: ¡Una erección de ocho horas!

A eso de las tres de la madrugada, los seis observadores bajaron de nuevo, una vez concluida su noche dedicada a filmar, a comer, beber, hablar y fumar.

Titularon su proyecto *Empire*, señalando así sus enormes ambiciones, y era lo menos complaciente que una obra de arte podía ser. Había sido concebido para mostrar exactamente ocho horas —el turno de un trabajador— de rodaje a cámara lenta del Empire State Building, al ponerse el sol y encenderse sus luces y sin que sucediese prácticamente nada más. Comparada con esta nueva película, *Sleep* parecía un *thriller* de Hollywood. (Se cuenta que *Empire* agotó hasta tal punto a los censores cinematográficos neoyorquinos, quienes tuvieron que verla por turnos, que dieron vía libre a todas las películas *underground* futuras).

Al menos entre los iniciados, el largometraje se vio como un triunfo total. «Creo que Andy Warhol es el más revolucionario de todos los cineastas actuales», opinó Mekas unas semanas después de ayudar a producir la revolución de *Empire*. «Cuando se encendieron las luces [del edificio], parecía como si el mundo hubiera sido creado de nuevo», decía otro fan. Un crítico de arte pensaba que la película sintetizaba los extremos desafíos que moraban incluso en las serigrafías más alegres de un artista pop «cuyas "obras" ridículamente simplistas —repárese en las comillas irónicas— parecen al mismo tiempo una continua mofa de nuestras definiciones más tolerantes y, no obstante, un constante desafío a nuestra conciencia sensorial». En *Empire*, decía el crítico, «al repetir una única imagen más allá de la tolerancia normal, la película intensifica el menor cambio en [la] escena convirtiéndolo en una transformación transcendental […] *Empire* no es ni de lejos una película ordinaria, porque Warhol ha prescindido de casi todos los elementos dramáticos del cine normal, y al mismo tiempo funciona también como algo más que una película convencional, enfrentándose a cuestiones esenciales acerca del carácter y la posibilidad cinematográficos, amén de instilar experiencias visuales y duracionales desconocidas por lo demás en el medio».

Cualquiera que haya tenido el valor de aguantar la proyección de principio a fin sabe que ese crítico estaba en lo cierto.

Ello no impedía que algunos espectadores abuchearan y tiraran basura a la pantalla cuando se estrenó la película, lo cual no sucedió

hasta siete meses después. («Sabíamos lo que era y cómo sería, ¿por qué verla?», recordaba Mekas).

«¡Caramba!, ¿crees que la odian? ¿Crees que no les gusta?», decía Warhol, con una perplejidad real o fingida. Augurando la mayor parte de la creación artística del siglo XXI, nuestro artista explicó en cierta ocasión que perseguía un arte que reemplazase las nociones anticuadas de belleza «o cualquier cosa por el estilo» por la de «simplemente interesante». Como escribió un crítico, en un ensayo que es muy probable que Warhol leyera, en los años sesenta la belleza misma había perdido toda definición porque «los estándares, los ideales, los gustos y todos los demás conceptos semejantes no pueden emplearse ya de manera autoritaria para limitar nuestra conciencia». El reto consistía en convencer a los demás para que estuviesen tan interesados en lo no bello como lo estaban Warhol y unos cuantos de sus colegas.

Mientras sus películas le conducían al extremo más alejado de la vanguardia, Warhol probaba una estrategia bastante diferente en sus cuadros. ¿Y si capitulaba ante el gusto popular, o al menos fingía hacerlo?

Henry Geldzahler participó en la claudicación. Insistió en que le gustaba tanto el mural de *Los trece hombres más buscados* «por las mismas razones por las que Rockefeller lo había hecho tapar con pintura». Ahora bien, el mismo día de mayo en que Warhol y él visitaron la Exposición Universal para ver la versión borrada, Geldzahler también incitó a su amigo a probar imágenes en un nuevo estilo más desenfadado. «Dije: "Basta ya de desastres; ha llegado otra vez la hora de la vida". Y él me preguntó: "¿Qué quieres decir?". Yo estaba en su estudio […] Cogí una revista del suelo, la abrí al azar por una imagen de flores y dije: "Algo como esto, por ejemplo"». El «esto» de Geldzahler era un ostentoso desplegable de flores de hibisco, difícil de pasar por alto y completamente banal, bajo un titular pop a toda página: «¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡Funciona!!!!!!!!!!!!!!!!!!!».

Lo que «funcionaba» era un nuevo procesador de color para el cuarto oscuro doméstico, como se explicaba en un artículo del último número de *Modern Photography*, una revista de conceptos básicos para aficionados. (Probablemente perteneciese a Billy Name, quien justo por entonces estaba asumiendo el trabajo de fotógrafo de la Factory). La colorida foto de flores había sido escogida para demostrar el éxito del procesador, no porque nadie creyera especialmente en la estética de la instantánea. De algún modo, aquello hizo que aquella se le antojase a Warhol la siguiente imagen ideal para su arte. Después de todo, aparecía en un artículo sobre tecnología reproductiva, que era

central para el compromiso del pop art con toda suerte de imágenes.

Warhol redujo la foto a un cuadrado de cuatro flores ilustrativas, encargó su primera pantalla de impresión a partir de ella después de junio y luego procedió a convertirla en más de cuatrocientos cincuenta cuadros. Sus colores abarcaban la gama desde lo estridente hasta lo fosforescente, y sus lienzos podían ser más pequeños que una portada de disco o tan grandes como una pared. Las pantallas para imprimir los de mayor tamaño tuvieron que subirse con poleas por la ventana de la Factory porque el ascensor era demasiado pequeño.

Un comisario artístico amigo de Warhol aseguraba que «cuanto más fuerte sea la reacción emocional a la imagen o cuanto más interesados estemos en el tema, más repeticiones es probable que toleremos», y citaba como ejemplos las *Jackies* y las *Marilyns* de nuestro artista. Las *Flores* de Warhol parecen resueltas a dar la espalda precisamente a la clase de imágenes que nos importan, poniendo a prueba nuestra tolerancia al repetido *ad nauseam* carente de emoción y de interés.

Las *Flores*, multiplicadas hasta la ubicuidad, servían a Warhol como otro ejemplo más de lo «ordinario» a lo que tan aficionado había sido cuando hubo de elegir las cajas de productos para su exposición en la Stable, salvo que las flores reclamaban menos aún nuestra atención que estas. Al menos, las *Cajas* habían invocado la cultura pop y *campy* del consumo estadounidense, la misma cultura que tanto Warhol como Dennis Hopper habían hallado lo bastante asombrosa como para utilizarla en sus decoraciones domésticas. Por su parte, la foto de las flores de Geldzahler era tan absolutamente prosaica y profesional que, como tema para el arte, casi carecía de contenido o significado propios. Era como si *Empire* se hubiera filmado de nuevo con un bungalow cutre como tema. Ese cociente añadido de estupidez y de mutismo tornaba la imagen tanto más cautivadora para Warhol como la fase siguiente de su arte.

Gracias a los nuevos «pensamientos» de Warhol (así catalogaban con frecuencia las flores los no entendidos en jardinería), el artista fue capaz de revisitar su identidad de los años cincuenta como parte de la «camarilla de escaparatistas y peluqueros». En cierta ocasión, en un momento de rencor después de dejar la Factory, Malanga acusó a Warhol de haber gorroneado las pinturas florales de Naomi Levine, la bohemia que había interpretado el papel de una rolliza Jane en su película de Tarzán. Si el poeta estaba en lo cierto, y suponiendo que las pinturas de Levine eran algo parecido a las flores absurdamente femeninas que la muchacha bosquejaba en sus cartas a Warhol —no parece haber sobrevivido rastro alguno de sus lienzos—, entonces las *Flores* de nuestro artista le permitieron habitar una estética más femenina que la cultivada desde hacía tiempo. Cabría decir que los cuadros de los pensamientos, interpretados a menudo como

conmovedores y elegíacos, eran la muerte y los desastres travestidos, y con ellos Warhol pudo «salir del armario» como habían empezado a hacer también sus películas más exóticas.

Las *Flores* permitían a nuestro artista reconocer asimismo las raíces industriales de su técnica serigráfica, como no había hecho del todo hasta entonces. Cuando Malanga y él compraban rollos y rollos de lienzo y los serigrafiaban con centenares de flores, el dúo se estaba acercando mucho a la auténtica fabricación en serie que el poeta había experimentado en su adolescencia, cuando trabajó durante el verano imprimiendo tejido para corbatas.

Warhol había atestiguado la línea de montaje estadounidense ya en 1959, cuando le pagaron por decorar un sorprendente escaparate de Bonwit Teller que, en lugar de mostrar a los compradores la elección habitual de artículos, parecía ofrecerles dos vestidos idénticos, que llevaban dos maniquíes idénticos en poses idénticas. La extraña repetición del escaparate se explicaba en las tarjetas colocadas junto a cada vestido: Bonwit estaba organizando una competición entre un vestido francés de lujo de alta costura que costaba 788 dólares y su imitación estadounidense fabricada en serie, que se vendía por 45 dólares. Estados Unidos fue el evidente ganador, con lo cual el escaparate había hecho patente, en una polémica sorprendentemente directa, que las repeticiones de la cultura de masas podían competir con los diseños exclusivos de la alta cultura; la misma tesis esgrimida por las *Flores* en el arte plástico. Warhol describiría posteriormente las *Flores*, todas ellas, como «un gran cuadro cortado en trocitos».

Más incluso que cuando las *Cajas* de la Stable estaban siendo pintadas, las *Flores* revelaban que la Factory se estaba convirtiendo en una fábrica. Aunque el espacio sobre todo se recuerda por sus fiestas, se celebraban solo después del fin de la actividad y no con tanta frecuencia. Durante el día, como han insistido muchos asiduos de la Factory, ese loft de la cuarta planta funcionaba como un estudio muy normal, plenamente dedicado a la creación artística. «Por algo se llamaba la Fábrica, no la Fiesta», decía uno de sus ocupantes. Warhol y Malanga llegaban a diario a primera hora de la tarde y dedicaban cinco o seis horas a la producción enérgica, enganchando a quienquiera que anduviera por allí. El trabajo meticuloso estaba a la orden del día. Puede que de entrada Geldzahler hubiese enseñado a Warhol la foto de las flores, pero este invirtió una cantidad de trabajo exagerada en ajustar la imagen que había encontrado. Recortó las flores de la página de la revista y fue moviéndolas hasta lograr una composición más adecuada, escogió el mejor y el más distinguible de los cuatro estambres y lo pegó encima de otros que podrían no reconocerse tan bien en el lienzo, y jugó interminablemente con las combinaciones cromáticas. Era como si, en este caso concreto, sí que

le preocupasen de veras tanto los resultados estéticos como las premisas conceptuales. El desorden cageano tenía que mantenerse en un segundo plano.

Las *Flores* de Warhol estaban siendo producidas exactamente en el momento en que el *flower power* estaba llegando a una boutique cercana. «Marimekko, Marimekko, ¿cómo crece tu jardín? Brotan flores llamativas y brillantes», rezaba el texto de un anuncio de la compañía finlandesa de tejido y moda, recientemente entregada a sus famosos estampados de amapolas, que resultaban estar serigrafiados.

«Salen flores por todas partes» era el titular que encabezaba un artículo de periódico que insistía en que «los fieles lunares, rayas y cuadros de otros años parecen pasados de moda. Las prendas que darán un aspecto actual a los marchitados armarios del verano están salpicadas de flores y son juveniles y animadas». Rodeado de sus pinturas de flores, el propio Warhol las proclamaba «la moda de este año. Parecen toldos baratos. Son estupendas». Casi todas las críticas de la obra coincidían en que había logrado una especie de «patrones agradables para envoltorios de regalos o elegantes telas de cortinas», aunque tales descripciones rara vez pretendían ser elogiosas.

En su papel de artista comercial, Warhol había practicado durante mucho tiempo una rentable actividad secundaria en los diseños de telas florales, serigrafiados en infinidad de colores. Para sus cuadros de *Flores*, cogió esa cultura textil en pleno y la trasplantó de lleno al arte plástico, como hiciera Duchamp con la cultura de la fontanería, y como había hecho el propio Warhol con el escaparatismo, cuando convirtió su utilería de Gunther Jaeckel en sus primeras incursiones en el pop art. Había ya una dimensión textil en todas las pinturas pop que habían repetido la misma imagen a lo largo de una superficie. Nuestro artista mismo había descrito una de sus obras de *Muerte y desastres* como «parecida a una tela de vestido». Con las *Flores*, estaba convirtiendo ese aspecto en un producto principal.

La nueva serie permitía a Warhol redoblar la tensión que había caracterizado su pop art desde el comienzo: aquella entre el modo en que sus pinturas y esculturas funcionaban como arte elevado y el hecho de que sus temas procediesen claramente de las profundidades de la cultura popular. Exhibidas en elegantes galerías de arte, sus *Latas de sopa* e incluso sus *Cajas* habían caído sin duda del lado de lo elevado; como no podían comerse sus sopas ni podían abrirse sus cajas de cartón, no resultaban muy útiles para el ciudadano de a pie. Geldzahler gustaba de señalar que las *Cajas* eran incuestionablemente arte porque «al ser de madera y estar cerradas por completo, son inútiles». Sin embargo, en el caso de las *Flores* de Warhol, la línea divisoria entre lo alto y lo bajo no estaban tan clara en absoluto.

Por una parte, expresaban con la ironía del arte elevado el ansia

decorativa que subyacía a las abstracciones tan serias de los pintores ópticos y del *color field* más recientes, la última cosecha de rivales de Warhol. Su nueva serie daba a entender que una galería llena de flores serigrafiadas podría no ser tan diferente de una exposición de círculos concéntricos pintados a mano por el abstraccionista Kenneth Noland, a quien ponían por las nubes críticos influyentes como Clement Greenberg y Michael Fried.

«Es como si Warhol estuviese obsesionado con el cliché que ataca al "arte moderno" por ser como "papel pintado" y decidiera que el papel pintado también es una idea estupenda», escribía un crítico de arte. Y, en efecto, los propietarios de casas con el suficiente dinero podían usar realmente esas mismas *Flores* de nuestro artista para decorar sus hogares, al igual que utilizaban lo último en papel pintado o cortinas de Marimekko. De hecho, uno de los marchantes de Warhol le pidió que pintase tres flores más «sobre un fondo negro; de colores distintos del rosa, el rojo o el naranja», para un coleccionista que las necesitaban «para decorar una pared entera». Warhol estaba creando verdaderamente arte para colgar encima del sofá y convirtiendo asimismo esa decoración en su tema. Ni siquiera había una posición correcta para estos últimos cuadros de la Factory; podías darles vueltas hasta encontrar la orientación que prefirieras, del mismo modo que girarías un salvamanteles en una mesa.

El pleno abrazo de lo bajo tornaba la nueva serie de las *Flores* tan genuinamente agradable como la tela por metros de Marimekko, pero había algo más. Estos nuevos cuadros «bajos», producidos en cantidad, podrían ser capaces de impregnar la cultura estadounidense más a fondo que las obras anteriores y más elevadas de Warhol, y desde luego más a fondo que las películas esotéricas que estaba grabando al mismo tiempo.

A principios de 1964, un marchante de pop art insistía todavía en que la dificultad del movimiento garantizaba que jamás llegaría a poseer el atractivo del expresionismo abstracto: «Definitivamente, esta no es la clase de arte que se cuelga encima del sofá», decía. Sin embargo, solo veinte meses después, un crítico explicaría que los consumidores de cultura estaban «cansados de ser educados» por el abstruso rigor del expresionismo abstracto y ahora estaban buscando un nuevo arte —pop y genuinamente popular—, que se tomaba la molestia de conocer sus hogares y su estilo de vida. Tal era la demanda que Warhol había satisfecho con sus *Flores*. «Vas a un museo y te dicen que aquello es arte, y los cuadraditos están colgados en la pared. Pero todo es arte y nada es arte. Porque yo creo que todo es bello», declaró nuestro artista por la época en que comenzó a exponer sus flores. Lo creyese o no, esa era la retórica con la que quería jugar.

No obstante, pese a su atractivo popular, las *Flores* eran aún más

complejas, en el «más alto» de los términos duchampianos, que todo lo que Warhol había hecho hasta la fecha. En cuanto arte plástico que optaba asimismo por funcionar como pura decoración, representaban el colapso definitivo de lo alto y lo bajo. O, para ser más precisos, eran un caso en que lo «bajo», todavía tan bajo como siempre, se declaraba por fíat duchampiano «alto» y digno de ser exhibido en una galería de arte. Casi en el último instante, Warhol decidió pintar cuarenta y dos *Jackies* muy sombrías para incorporarlas a su primera exposición de las *Flores*, insinuando que estas podrían no ser tampoco puro juego y diversión. Un conjunto fantasmal de flores blancas estaba dedicado en realidad al bailarín Freddy Herko, fallecido hacía poco al caer por una ventana. Un crítico destacado elogiaba las *Flores* de Warhol como «una poderosa amenaza» disfrazada de suavidad.

Estas nuevas pinturas llegaron en un momento en que nuestro artista apenas podía permitirse las pantallas necesarias para imprimirlas, por lo que le fueron de perlas: se vendieron, quizá casi tan bien como lo último en la moda de los sesenta, «salpicadas de flores, juveniles y animadas».

Trabajando en una de sus Flores.

22
1964

DE ELEANOR WARD A LEO CASTELLI | ESTABILIDAD ECONÓMICA | BABY JANE HOLZER, CHICA DEL AÑO | *SOAP OPERA* | EL POP SE POPULARIZA

«Con lo que estamos tratando entonces es con un arte que resulta fácil de asimilar, que no tiene un lenguaje más personal que el rocanrol».

Querida ____:

Siento ser incapaz de reunirme en persona con usted para tratar este asunto, pero quiero pensar que a ambos nos resultará más fácil de esta manera. Tengo intención de poner fin a mi asociación con la galería cuando concluya esta temporada, que creo que es en junio. Llevo tiempo madurando esta decisión y mi decisión final no es fruto de ningún incidente en particular, sino más bien de la situación general. A mi entender, la galería Stable es dirigida con una mesura y un decoro extraordinarios, lo cual no constituye motivo de queja alguno, salvo que yo esperaba algo diferente. Es difícil expresarlo con palabras. Creo que tiene algo que ver con un estado de excitación y con mi particular estado de ánimo al respecto…

Confío en que hará caso omiso de los rumores que pueda oír a propósito de este asunto. No existen más motivos que el que le he comentado.

Les agradezco a usted y a alan [sic] sus amables servicios y su apreciación de mi obra durante mi asociación con ustedes. Espero que jamás haya rencor entre nosotros.

Afectuosamente
o
atentamente
o
cordialmente

Así rezaba el borrador manuscrito de una carta que Warhol mecanografió y envió luego a Eleanor Ward, casi exactamente un mes después de la inauguración de la exposición de las *Cajas* en su galería. Para entonces ya había quedado patente que la muestra había sido un fracaso, al menos en lo tocante a las ventas.

La ruptura con Ward no sorprende tanto. Ella nunca fue muy diplomática en los mejores momentos, y era incapaz de ocultar sus dudas acerca del valor de las *Cajas* o los *Desastres* de Warhol, o incluso de sus *Marilyns*, por muy bien que estas se hubieran vendido. Si nuestro artista aspiraba a «un estado de excitación» con respecto a sus

obras, estaba buscando en el lugar equivocado.

Ese borrador de la carta de Warhol muestra que conocía un sitio mejor en el que buscar. El texto había sido redactado por su amigo Ivan Karp, la mano derecha de Leo Castelli, en papel con membrete de la galería del marchante.

Warhol soñaba con formar parte del elenco de la Castelli al menos desde la primera vez que vio las exposiciones en solitario de Johns y Rauschenberg, y sin duda cuando Castelli exhibió los radicales cuadros completamente azules de Yves Klein. Nuestro artista estaba invitando a comer y a cenar a Castelli a principios de 1962, en una ocasión con Eleanor Ward a la mesa también. Ambos hombres dieron unos primeros pasos en su danza de apareamiento aquella primavera —Castelli gestionó en realidad la venta de algunas obras de Warhol—, pero no llegaron más lejos.

Al exhibir *Muerte y desastres* en su galería de París en enero de 1964, Ileana Sonnabend, actuando prácticamente como la filial europea de Castelli, contribuyó a reunir de nuevo a los dos hombres. No es de extrañar que las negociaciones entre Warhol y el marchante estuviesen ya bien encaminadas en abril, cuando Ivan Karp actuó como anfitrión en la exposición de las *Cajas* de Eleanor Ward, ni que a finales de mayo Castelli estuviera prestando su papel y a su director de galería para consumar el divorcio entre Warhol y Ward. En julio, un dibujo de nuestro artista ya se reproducía en una revista como «cortesía de Leo Castelli»; en agosto, un crítico escribía acerca de los rumores de un acuerdo entre ambos hombres, y a finales de septiembre se trasladaba el inventario de la Factory a la nueva galería de Warhol. Finalmente, los últimos días de noviembre se colgaron allí las *Flores* como primera muestra individual de Warhol en la Castelli. Lo más probable es que esas pinturas se planearan desde un principio para aquel lugar.

La atracción que Warhol sentía por la Castelli no obedecía a ningún posible favor que la nueva galería le hiciese a su arte. Esta estaba ubicada en un insulso edificio de piedra gris de la alta burguesía, con suelos nuevos de parquet e iluminación de riel, en la calle Setenta y siete Este, a un paso de la Quinta Avenida. Jim Rosenquist se quejaba de que la sala principal estaba en la cara pequeña —solo medía 6,7 x 7,3 metros— y no estaba a la altura de la creciente magnitud y ambición de los nuevos cuadros e instalaciones del momento.

Buena parte del interés de Warhol en la Castelli debía de tener que ver con los Jaguars blancos que Johns se había comprado gracias al marchante.

Warhol habría sabido que Castelli protegía a sus artistas de las debilidades del mercado dándoles un estipendio mensual, a modo de anticipo garantizado de cualesquiera ventas que la galería lograse. Es probable que esa pequeña seguridad resultara especialmente atractiva

para nuestro artista, un chico de la clase trabajadora de la Gran Depresión. El pago de las facturas («ganarse el pan») fue su preocupación constante, por muy rico y exitoso que llegase a ser. Debió de suponer una inquietud muy intensa el acabar su segundo año dedicado al pop art y ver pocos signos de que sus ingresos llegasen a estar a la altura de lo que había ganado con la ilustración. Warhol podría haber estado verdaderamente pelado antes de que empezase a recibir los pagos de Castelli. Justo cuando andaba haciendo buenas migas con el marchante, rompió su silencio casi absoluto en un panel para introducir la idea de que una diferencia entre los artistas comerciales y los plásticos era que los primeros «son más ricos». En octubre le contó a un periodista que no trabajaba con luz porque no había pagado la factura eléctrica de la Factory.

Por lo visto, el estipendio de Castelli rondaba solamente los dos mil dólares mensuales —los pagos oscilaban entre los mil quinientos y los tres mil dólares, pero en ocasiones no recibía nada—; aun así, eso ascendía ya a un tercio de los ingresos más altos jamás obtenidos por Warhol. Ello significaba tanta menos necesidad de ganancias por parte de Nathan Gluck y sus *blottings* y el alquiler ocasional (muy ocasional) de alguna película *underground*.

«Mi responsabilidad es la mitificación del material mítico», dijo Castelli en cierta ocasión, refiriéndose a que tenía que inventar historias en torno a los artistas que inventaban las historias llamadas arte. Vestía los ternos clásicos de los banqueros y sabía cualquier idioma europeo que un cliente pudiese hablar, pero la mayor destreza de Castelli consistía en ejercer de retórico del mundo antiguo, convenciendo a los demás para que aceptasen su visión de lo más relevante en el arte. Esa era la habilidad que probablemente atrajo más a Warhol, sobre todo por tratarse de una destreza de la que él carecía.

Como todos los marchantes verdaderamente importantes, la calidad y el coraje de lo que exhibía le importaban a Castelli más que lo bien que aquello se vendiera. Como comentaba Emile de Antonio: «Puede que sea cierto lo que dicen sus enemigos: le encanta el poder; le encanta el dinero. Pero por encima de todo le encanta trabajar». Al cabo de casi una década al frente de su galería, seguía consiguiendo una importante cobertura por «aventurarse audazmente hasta los confines de una visión», y ello implicaba con frecuencia que hubiese poca recompensa en efectivo. Estaba muy dispuesto a albergar eventos con gancho como un recital poético de Gerard Malanga o una *performance* de Joan Jonas, o incluso a exhibir unas almohadas plateadas flotantes de Warhol, con la certeza de que tales apuestas demostrarían la voluntad cultural de la galería.

Más experto que nadie en cuestión de marketing, nuestro artista se

había percatado de que su mejor activo sería el «estado de excitación» que Castelli, el retórico, era capaz de generar en torno al mito de Warhol. A la larga, como la historia demostraría (y sigue demostrando), eso era lo que permitía realmente ganarse el pan.

Incluso antes de que Castelli se uniera definitivamente a él, había indicios de que la creciente reputación de Warhol estaba empezando a dar frutos. La clase de *Marilyns* que Eleanor Ward había estado vendiendo menos de dos años antes por quinientos dólares ahora un marchante rival las valoraba en cinco mil dólares. Warhol facturó en torno al doble de esa cantidad por un encargo privado, que le llegó como por arte de magia, de la American Republic Insurance Company con sede en Des Moines, Iowa, en el centro del continente. Esos fueron los honorarios más altos que jamás percibió, y por una vez el cliente no parece haber tenido ninguna relación social particular con nuestro artista. Poco antes, el fundador de la American Republic, Watson Powell padre, había cedido el puesto a su hijo Watson, «un ferviente paladín del arte contemporáneo», a quien se le ocurrió la insólita idea de que su padre debería ser homenajeado en el más reciente estilo pop, en un mural para su nuevo y audaz rascacielos. Warhol recibió una fotografía estándar de la sala de juntas del padre, que serigrafió sobre treinta y dos lienzos idénticos.

La decisión de proyectar la imagen treinta y dos veces reflejaba ostensiblemente los treinta y dos años que Powell padre había dedicado a la compañía de seguros, pero era evidente la coincidencia, al menos para la pandilla de la Factory, con el número de sabores de sopa de la primera exposición de Warhol en Los Ángeles. Esa coincidencia convertía al ejecutivo en el más intercambiable de los productos de consumo estadounidenses, tal vez con la idea añadida de que las personas como él se ofrecían en un único sabor; *The American Man* o *All American* llegaron a ser títulos alternativamente usados para el retrato. En realidad, los Watson se esperaban una cuadrícula de colores vivos y variados, como el retrato de Ethel Scull que habían visto, pero el artista insistió en aplicarles tinta marrón sobre un lienzo de color tostado, captando a la perfección la insulsez de Watson padre en su foto original, en sepia. («Es extraordinario cómo consiguió Warhol treinta y dos expresiones diferentes», decía el hijo, aferrándose firmemente al más venerable de los tópicos sobre el retrato a pesar de las evidencias en contra). Nuestro artista daría nuevas pistas sobre su visión del ejecutivo del Medio Oeste y sobre el proyecto al apodar el retrato mural «Mr. Nobody» («Don Nadie»).

A lo largo de su carrera pop, Warhol nunca se sintió cómodo del todo con el hecho de que los encargos privados le trajeran a la

memoria cuán dócil había tenido que ser en sus tiempos como ilustrador. Había renunciado a una próspera carrera en el arte comercial para descubrirse satisfaciendo una vez más los caprichos de sus clientes. En el fondo, siempre había creído en el anticuado ideal del artista sin límites que no se vende. En la práctica, sin embargo, le gustaba el dinero que le reportaban los encargos y la forma en que estos le daban a conocer.

La serie de las *Flores* de Warhol se inauguró en la galería Leo Castelli el día 21 de noviembre de 1964, pregonada con un llamativo cartel de sus cuatro flores características. Castelli colgó treinta y seis de los lienzos en sus blancas paredes y conservó varias docenas más en su inventario. Todos los críticos reconocían las raíces de los cuadros en el diseño, aunque diferían en lo que significaban. Aquel autor que había descrito las *Flores* como «patrones agradables para envoltorios de regalos» creía que eran lo suficientemente tibias para «una remilgada matrona de Westchester». Otro, que las consideraba «como hule estampado, manteles de plástico o… papel pintado», concluía que revelaban «a un hombre mecánico del Renacimiento, un genio».

Tal vez fuera precisamente esa naturaleza dual, apta tanto para matronas como para expertos, la que hizo que las *Flores* de Warhol pudieran venderse en serio. A los dos meses de la inauguración de la exposición se habían vendido más de una treintena, valoradas entre los ciento cincuenta y los mil doscientos dólares. Castelli y Karp dieron salida a otras cincuenta en el transcurso del año siguiente, por las que ingresaron en torno a cincuenta mil dólares, cerca del cuádruple de lo que había reportado la primera exposición de Warhol en la Stable, pese a haberse vendido prácticamente todas las obras. Con su variedad de tamaños, colores y precios, las *Flores* siempre habían tenido la venta como uno de sus objetivos. Pero ello también formaba parte de su significado. Representaban las mercancías intercambiables del mercado del arte al igual que las *Sopas* y las *Cajas* de Warhol habían representado las mercancías intercambiables del supermercado, y eso significaba que las *Flores* incluían también una vena cáustica y satírica. Parodiaban «los productos de imitación de una civilización sintética», como supuestamente hacían otras obras pop, pero esta vez el arte más reciente estaba incluido entre esos productos.

Los falsos Marimekkos de Warhol preguntaban sin rodeos: «¿Cuán descafeinado puede ser el arte sin dejar de venderse?». Al tener el coraje de preguntarlo, demostraban que las *Flores* no eran descafeinadas en absoluto. Convertían un éxito de ventas en una crítica, y ello resume la posición característica que Warhol mantuvo

siempre tras dejar el mundo del arte por lo convencional: si no puedes vencerlos, únete a ellos; y, al unirte a ellos, vénceles. Un año después de pintar sus *Flores*, le preguntaron qué pensaba del arte de Walter Keane, cuyas niñas de ojos saltones eran las más exitosas de las pinturas de consumo masivo: «Tiene que ser bueno. Si fuera malo, no le gustaría a tanta gente». La pura extravagancia de semejante afirmación, al menos en términos del mundo del arte, la convertía en un evidente y creíble gesto dadá.

El sábado de finales de noviembre de 1964 en que se expusieron las *Flores* de Warhol terminó con una fiesta que revelaba cuánto había aumentado la vida social del artista. Siete meses antes, en la celebración de la inauguración de las *Cajas*, la sociedad neoyorquina acudió a la Factory, ubicada en un barrio bajo del este; ahora, con motivo de las *Flores*, fue el propio Warhol quien se desplazó hasta la parte alta de la ciudad, a un gran loft del West Side recién alquilado por el aristocrático conservador de arte Samuel Adams Green, en la planta superior de una gran mansión decimonónica. Warhol se unió a «un maremoto de invitados», como contaba *Newsweek*, que «danzaban vigorosamente como una manada de osos rascándose la espalda contra los árboles de un frondoso bosque». Era un piso a la última —tenía alfombras de piel y una barra de bar hecha con tablones gruesos—, pero no existe indicio alguno de que los bohemios de la Factory hubieran sido bienvenidos allí, entre la panda de arquitectos y comisarios artísticos que se presentaron (aunque un hombre desnudo arrellanado sobre las pieles había sido una fuente de «entretenimiento y controversia», según uno de los asistentes). Ni siquiera había señal de Gerard Malanga.

El traslado a la Castelli parece haber implicado el ingreso en círculos sociales más públicos y sofisticados. *Newsweek* citaba a Warhol sacando a relucir su acostumbrada historia de los inicios según la cual no comía más que sándwiches y sopa Campbell's. Pero con su ascenso social incorporaba un nuevo elemento al relato: ahora, decía, le gustaría comerlos en el lujoso Waldorf Towers.

Newsweek añadía asimismo un personaje fresco y distinguido al séquito de Warhol: Jane Holzer, la joven de veinticuatro años miembro de la alta sociedad y modelo de portada, apodada Baby Jane por la prensa de la moda. «Con un melena rubia, su energía hipertiroidea y su hedonismo indiscriminado», decía *Newsweek*, representaba a «las jóvenes en pantalones que se alimentan del híbrido entre el mundo del pop, el cine y las modas». El mismo artículo describía a Warhol, que ahora vestía vaqueros negros y americana sin corbata, de fiesta con el mundillo de la moda en la casa de doce

habitaciones de Holzer en Park Avenue. (La joven poseía un fondo fiduciario; su marido era un personaje importante en el mundo inmobiliario neoyorquino). Para la ocasión se proyectaron dos pruebas de pantalla en primer plano de Holzer, con aspecto ultraglamuroso exceptuando el cepillo de dientes y el chicle que Warhol le había puesto en la boca. «Aquello era como estar comiendo una polla, era increíble, lo más sexy, porque yo no sabía lo que estaba haciendo —recordaba la modelo una docena de años más tarde, todavía aferrada a su personaje de rubia explosiva—. El mejor fragmento de película que has visto en tu vida».

Holzer era «realmente una princesa judía, pero una princesa en lo más alto», según un comisario de arte amigo de Warhol, y eso la hacía diferente del resto de la gente de la alta sociedad. Aunque encajaba por completo en la última versión de la «sociedad» neoyorquina, siempre estuvo algo apartada, como debió de apreciar Warhol. El antisemitismo al que se había enfrentado en su niñez en Palm Beach no estaba tan lejos de los insultos de los que había sido víctima nuestro artista en Pittsburgh por causa de sus orígenes checoslovacos. El prejuicio no acabó con su llegada a Nueva York, donde su ostensible apariencia de «princesa judía estadounidense» era demasiado para trabajar de modelo para ciertas revistas elegantes. Warhol y ella se encontraron en una calle de Nueva York justamente cuando Holzer estaba en plena sesión para la foto de portada que pronto se haría famosa del número de *Show* dedicado a la Exposición Universal. «Lo primero que dijo Andy fue: "¿Quieres salir en las películas?". Yo le respondí: "¡Por supuesto!"». Durante los meses siguientes, mientras crecían las *Flores* por todo el suelo de la Factory, Warhol la grabó en nueve pruebas de pantalla distintas y en bobinas para *Kiss* y *Couch*. (Las partes en las que aparecía no eran pornográficas). «Empecé haciendo películas para Andy y a frecuentar la Factory. Aquello era increíble y lo pasábamos muy bien. ¿A quién no le gusta salir en las películas? Eran tonterías».

Warhol se cuidó de convertir asimismo a Holzer en una coleccionista, enviándola a Karp y a Castelli. Compró algunas *Flores*, pero sin llegar a verlas nunca como nada más que «esas cosas muy simples y hermosas que me hacían feliz —recordaba—. Jamás tenía que pensar en ellas. Teniendo en cuenta lo perezosa que soy, eso de no pensar era una ventaja».

Unas semanas después de la inauguración de la exposición de las *Flores*, a Holzer se le presentó una verdadera oportunidad de alcanzar la fama. Fue el tema de una famosa semblanza de Tom Wolfe, quien a la sazón andaba perfeccionando su sobrecalentado nuevo periodismo: «Jane Holzer; la suma de todo ello es el glamur, de una especie muy específicamente neoyorquina […]. He aquí una chica llamativa que

sintetiza todo lo nuevo y lo chic en el mundo de la moda como la chica del año». Wolfe la llamaba «pop art viviente» y se aseguraba de mencionar a Warhol un buen número de veces en su artículo.

Nuestro artista debió de estar encantado de ver su nombre asociado con semejante personaje, rica y entre los mayores creadores de tendencias de la ciudad; una «chica del año» digna de la clase de semblanza divulgativa que él no había tenido (todavía). Ahora bien, si pensaba estar disfrutando de la luz de Holzer, resulta evidente que la gloria se reflejaba en la otra dirección; ella era la mencionada como partícipe en «las películas *underground* de Andy Warhol», como si ello fuera una nueva insignia de honor. La modelo aparece sumergiéndose en el mundo de nuestro artista mucho más de lo que se ve a este rondando por el de ella. «Adolescentes, bohemios, la élite cultivada *camp*… han ganado sistemáticamente porque, después de todo, son ellos quienes crean estilos —escribía Wolfe, quien bien podría haber estado hablando de Warhol—. Y ahora la otra sociedad acude a ellos en busca de estilos, como los decadentes de otra época que bajaban a los embarcaderos de Río en busca de esos demonios de vitalidad salvaje, benditos sean, bailando el tango».

Un columnista de ecos de sociedad lo resumía de un modo bastante más sucinto: «Las pelis *underground* son el no va más de los furores de la jet set de nuestros días». Cotilleaba sobre aquella portada de noviembre de *Show*, en la que aparecía Holzer con unas extrañas gafas de sol de la Exposición Universal… y casi nada más. «Underground Movies: How They're Made» era el título del artículo que venía a ilustrar esa sexy fotografía de portada.

Holzer le resultaba útil a Warhol sobre todo como relaciones públicas. Sus películas experimentales jamás habrían tenido tanta resonancia, al menos en la prensa no artística, si no se hubieran enganchado al carro de la modelo, como reconoció en cierta ocasión Billy Name. (A principios de 1965, un columnista ya dedicaba un artículo completo a lo harto que estaba de la sobreexposición de Holzer, y también de Warhol, añadía). Pero, aparte de su valor como relaciones públicas, ella era asimismo genuinamente importante para nuestro artista como sujeto artístico: era el más reciente objeto de la cultura pop que él quería observar, establecido como tal por el extraordinario protagonismo que le habían conferido tanto Wolfe como *Show*. El interés de Warhol en ese espectáculo de Holzer y su deseo de verla en sus películas no estaban tan alejados de su interés en la gigantesca botella de Coca-Cola que guardaba en casa o en las canciones de Johnny Tillotson que escuchaba, si bien este fenómeno pop en particular incluía la ventaja adicional de vivir a lo grande en Park Avenue.

La fascinación innata de Warhol con la alta sociedad siempre tuvo

un toque de distancia al respecto. Parece que consistió más en una observación lujuriosa que en auténtica admiración, esa clase de auténtica admiración que sentía por Cage, Johns o De Antonio. Añadía a personas de alta categoría a su círculo social del mismo modo que añadía joyas llamativas o incluso pintorescos tarros de galletas a su infinidad de bienes; no eran nada comparable a su forma de adquirir el arte más reciente, importante y desafiante, que era algo que jamás dejó de hacer y jamás admitió del todo.

En el verano de 1964, Warhol había incluido a Holzer y su mundo adinerado en una película extrañamente pop titulada *Soap Opera*, también llamada *Wee Love of Life* y *The Lester Persky Story*, que es una de las creaciones menos conocidas pero más maravillosas de la Factory. El filme se hizo intercalando ocho anuncios televisivos de los años cincuenta —reales, producidos y luego suministrados a Warhol por su amigo Lester Persky—, con nueve carretes de rodaje silencioso.

Algunas de las nuevas escenas eran de *hipsters* anónimos que daban vueltas y se tocaban a sí mismos, pero muchas de ellas estaban protagonizadas por habituales de la Factory como Holzer y Malanga, unas veces vestidos y otras no, besándose, discutiendo y armando alborotos inaudibles en una amplia variedad de escenarios propios de la alta burguesía. «Las localizaciones iban siendo cada vez más magníficas, dependiendo de a quién quisiéramos embaucar esa semana para entrar en su apartamento», recordaba Sam Green, el comisario de arte que había organizado la fiesta tras la inauguración de las *Flores* y el actor principal de la nueva película de Warhol, lo cual recordaba ante todo como «una forma de ascenso social». Según la versión de Green: «Si alguien sabía de alguien que tenía un baño fabuloso o un salón maravilloso o unas cuantas terrazas, lo llamábamos y le decíamos: “Estamos aquí con un montón de cámaras, estamos haciendo esta película”. La idea era simplemente conseguir ver los sitios bonitos».

Aquel largometraje, rodado en el transcurso de muchos meses en cuarenta bobinas (treinta y dos de las cuales jamás se usaron), era con diferencia el más ambicioso de Warhol hasta la fecha. Aunque casi nunca se presentó en público, la película está tan rayada que queda claro que a su autor le encantaba proyectarla para él mismo y sus amigos.

Soap Opera tomaba los elementos fundamentales de la televisión diurna estadounidense (amor, sexo, peleas y consumo, amén de frecuentes llamadas telefónicas) y los presentaba en un gran montón aleatorio. No obstante, pese a todas sus virtudes y por un momento al menos, el proyecto pareció estar en peligro. Warhol había cometido el

error de describir su *Wee Love of Life* a los periodistas como «maravillosamente sórdida y lúgubre», lo cual preocupó a los creadores de la auténtica telenovela titulada *Love of Life* por la posible confusión entre ambas obras. Estos enviaron una carta amenazando con una demanda —la primera de muchas desencadenadas por el arte de Warhol—, que debió de ser la causa del cambio de título por el más genérico *Soap Opera*. Nuestro artista podría haber mitigado estas preocupaciones proyectando una parte de su película: toda en ella es confusión vanguardista, nada del suave desenlace propio de la televisión convencional, aunque Warhol estaba dispuesto a reivindicar una considerable similitud entre ambas. Como declaró a un reportero: «Siempre he creído en la televisión. Un día de televisión es como una película de veinticuatro horas», la duración a veces reclamada para su *Empire*. «En realidad los anuncios no rompen la continuidad. […] Los críticos se quejan de que nuestras películas son lentas. Bueno, cada episodio de la serie *Peyton Place* dura media hora y la verdad es que no sucede nada».

La diferencia más importante no se da entre una verdadera telenovela y la película de Warhol, sino entre el rodaje *underground* de la Factory, que les pareció casi azaroso incluso a sus actores, y los anuncios impecables y (accidentalmente) *camp* de Lester Persky de productos tales como la parrilla Roto Broilette, el «milagroso cuchillo eléctrico sin cable de Morse y Whitney» y el «asombroso set de belleza para el cabello». («Gran noticia: la ciencia ha descubierto finalmente el secreto de utilizar una sola fijación de pelo y hacer que dure»). Se trataba de una lucha que lo *underground* estaba destinado a perder, reforzando la afirmación pop por excelencia de que los anuncios son lo más digno de atención en nuestra cultura.

A juicio de un sabio de principios de los sesenta, los ingeniosos anuncios eran «más audaces y fascinantes que todo cuanto he visto en un cine en el último decenio», y Warhol fingía al menos estar de acuerdo. «¿Sabe una cosa?, estoy realmente enamorado de los anuncios de televisión —declararía posteriormente a un periodista—. Creo que son una de las mejores cosas de la tele y deberían ser mucho más largos de lo que son». En *Soap Opera* se esmeró en mantener la misma proporción de anuncio por «obra dramática», que era la norma en la televisión diurna en aquella época. Ahora bien, la familia estadounidense media podía desactivar el sonido durante la publicidad y volver a subirlo durante el programa que estuviesen viendo, pero la *Soap Opera* de Warhol nos ofrece anuncios estridentes y acción dramática silenciosa.

El célebre «poeta del pueblo» Carl Sandburg se había quejado de que «más de la mitad de los anuncios están llenos de necedades, estupideces, tonterías y superchería barata». *Soap Opera* cogió su queja

y la reformuló como elogio, lo cual la convirtió en la única película de Warhol que se solapaba considerablemente con lo que había ocurrido en sus cuadros y esculturas pop. Concluida a finales del año 1964, podría definirse incluso como el último aliento del pop.

LOS GRANDES ALMACENES MAY CO. EXPONEN POP ART

CLEVELAND
El pop art cuelga en una variedad de maravillosas formas, tamaños y colores de cables y ofrece un fondo llamativo y colorido para tres escaparates centrales delanteros de los almacenes May Co. de la ciudad.

Dos maniquíes en cada escaparate lucen los estilos del pop art y del mod, mezclando colores y patrones en los vestidos para mostrar la influencia del primero en la ropa.

Así comenzaba un artículo publicado en *Women's Wear Daily* a principios de 1965, en el que se mostraba cómo el pop art, que Warhol había creado originalmente mediante un juego duchampiano a partir de la utilería de los escaparates, había regresado a un escaparate, en esta ocasión sin rastro alguno de Duchamp.

«Se disparan las ventas de pantalones pop art»; «Tu aspecto: maquillaje pop art»; «La seda, la piel y el pop art ahora en las almohadas»: he aquí solo unos pocos de las docenas de titulares que demuestran cuán profundamente había penetrado el pop art en la cultura estadounidense durante la época en que Warhol estaba trabajando en su primera película pop de verdad. También explican por qué aquel fue su único filme de ese estilo y por qué las *Flores*, en las que estaba trabajando al mismo tiempo, fueron en realidad sus últimos cuadros pop notables. El triunfo de este movimiento en la cultura en general no era el signo de éxito que podría parecer; antes bien, selló la ruina del pop como arte serio.

«The Day Pop Art Died», rezaba el título que encabezaba un ensayo sobre los murales del edificio del Theaterama de la Exposición Universal (exceptuando, por supuesto, el censurado de Warhol). La autora argüía que las obras de arte no podían aspirar a competir con la estridencia pop del espectáculo consumista que las rodeaba: «Perdidas en el mundo material que esperan reflejar», decía, las obras estaban destinadas a «morir en un insulso retiro». Pero con ese argumento no se percataba de que el pop art jamás pretendió competir con la cultura popular en mayor medida en que Duchamp competía con los proveedores de artículos de fontanería. El pop ambicionaba las bellas artes, lo cual lo convertía en una criatura completamente diferente de cualquier cosa que cupiera hallar en una tienda. Eso era lo que se perdió cuando fue adoptado por la cultura popular,

liquidándolo casi en el proceso. Un defensor de Warhol no tardaría en escribir acerca de los problemas causados por «una fantástica absorción por parte del mundo de la publicidad en masa de una forma de arte originalmente dirigida a unos pocos sofisticados». Casi dos años después de la debacle de Warhol en la Exposición Universal, *Newsweek* publicó un extenso reportaje titulado «The Story of Pop», que no distinguía en modo alguno entre cultura popular y pop art, entre los auténticos cómics y las apropiaciones pintadas por Warhol y Lichtenstein. El pop, concluía erróneamente, era «cualquier cosa, sobre todo diversión».

Ben Shahn, el antiguo ídolo de Warhol, había vituperado hacía poco a los artistas de los años sesenta «que apelan directa o intencionadamente al público más amplio posible […] siempre alerta a la última tendencia», alegando que se trataba de una estrategia que solo los artistas comerciales podían permitirse adoptar. Se estaba tornando fácil, demasiado fácil, imaginar que esa era la estrategia de Warhol.

Para que el pop realizase una labor importante en cuanto arte, necesitaba mantener una distancia decente respecto de la cultura popular que versionaba. No podía ser exactamente igual que las almohadas y los frigoríficos pop que estaban surgiendo en ella. En mayo de 1964, cuando Campbell's envió a Warhol latas de sopa gratis para expresarle su admiración por su obra, se volvió tanto más arduo mantener el sentido original, más cáustico, de sus *Sopas* pintadas. Como había recalcado cuando las hizo públicas por primera vez, «cualquier clase de acuerdo comercial desbarataría la intención del proyecto». Por asombroso que parezca, la compañía de sopas compartía su parecer y se negó a comprar una de las *Cajas de zumo de tomate* de Warhol porque «si Campbell's patrocinara o exhibiera esas obras de alguna forma […] podría interponer un elemento de comercialismo en todo el programa, lo cual empañaría su aceptación como obras de arte». Y, sin embargo, nuestro artista descubrió que una empresa de bisutería estaba vendiendo un pin de *Sopa Campbell's* por tres dólares.

Ni siquiera las películas de Warhol, con su más evidente vena radical, estaban a salvo de la apropiación. La revista *Life* les concedió un papel destacado como imagen de fondo de un artículo de moda a doble página sobre la «ropa *underground*» que vestía gente como «la ultramoderna Baby Jane». Un texto sobre las bobinas que componían *The Thirteen Most Beautiful Women* de Warhol aterrizó en una sección de un periódico especialmente dedicada al pop, que incluía un artículo sobre diseño titulado «Camping It Up», así como recetas de sopa inspiradas en las *Latas de sopa* de nuestro artista. La portada de la sección contenía un bocadillo de diálogo que decía «POP GO THE

CLOTHES![11] Lo que empezó con el pop art, como las *Latas de sopa de tomate* de Andy Warhol, se ha convertido en un estilo de vida pop».

El mundo del arte estaba comenzando asimismo a difuminar la frontera entre lo pop y lo popular.

El mes antes de que Warhol llegara a exhibir sus *Flores* en la Castelli, otro notable marchante neoyorquino organizó una exposición titulada «El supermercado estadounidense», en la que el espacio habitual de una elegante galería se decoró como una verdadera tienda de comestibles. Se completó con expositores de congelados y pasillos numerados, y se anunció con lo que parecía un folleto de supermercado enviado por correo. Las latas de cerveza de bronce de Jasper Johns se presentaban como a la venta; la imagen de un pavo de Tom Wesselmann cumplía una doble función como letrero para la sección de carne. Y, por supuesto, Warhol, sin duda el santo patrón del evento, estaba representado por sus *Cajas*, apiladas como auténticas cajas de cartón para el transporte, así como por un cuadro de *Sopa Campbell's* expuesto encima de latas de sopa reales que había firmado a montones.

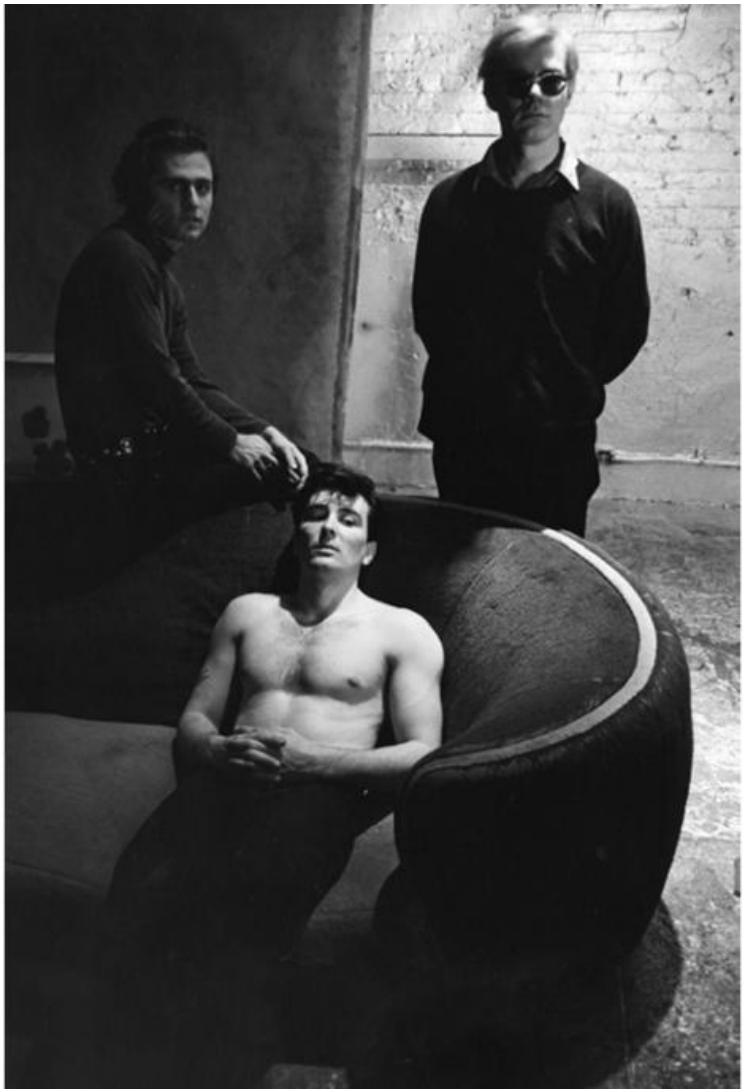
La prensa se puso las botas, y cubrieron el evento en *Life* y en *The New York Times*, e incluso en Gran Bretaña. En Nueva York se agolpaba el público. No obstante, el efecto global consistió en hacer que el pop pareciese el arte más fácil que jamás se había visto. Apenas un año antes, un comisario de arte había defendido una muestra de pop art y otras obras nuevas reconociendo sus desafíos: «Se trata de un arte muy difícil. Uno no puede llegar y pasar un buen rato. Estos cuadros no hacen concesiones». Claramente, esa sensación se estaba desvaneciendo. Tan solo unos años después, un escritor le recordaría a Warhol el momento en que «las agencias publicitarias empezaron a quitarte las cosas que originalmente tú habías cogido de ellas, casi como si nunca las hubiesen visto antes».

A principios de 1963, cuando la mayoría de la gente todavía pensaba que el pop art era un desafío, un augusto comisario del MoMA había escrito un célebre ensayo ridiculizando las obras como unas realizadas para la industria publicitaria y prácticamente por ella. El pop art, decía, era un arte de «abyecta conformidad […] demasiado fácil de asimilar, extraordinariamente fácil». A finales de 1964, sus quejas estaban comenzando a sonar convincentes. En su columna semanal, el escaparatista Lester Gaba parecía bastante enojado por el hecho de que los artistas del «Supermercado estadounidense» estuvieran entrometiéndose en el territorio del escaparatismo. No le importaba elevar sus escaparates exhibiendo arte en ellos, pero eso significaba que tampoco quería que se degradase el arte en la galería convirtiéndola en un mero escaparate.

Un crítico defendía a Warhol insistiendo en que él escapaba de esas

acusaciones de conformidad, toda vez que sus obras de las *Sopas* eran «decididamente hostiles» en comparación con el resto del pop art del «Supermercado». Estaba en lo cierto, pero el falso escenario minorista sin duda hacía que eso fuese difícil de comprender. La defensa montada por el propio Warhol era (por supuesto) más astuta y compleja que la del crítico: empleaba su aparente complicidad con las fuerzas del comercio para presentarse como un auténtico radical antiarte. Un periodista lo encontró de pie entre las latas reales de Campbell's de la exposición, llevando su uniforme de hombre del pueblo consistente en un «jersey de la universidad arrugado, unos vaqueros azules, gafas de sol y una vieja gabardina» y hablando de cómo «la gente saca más de ellas que de mi cuadro porque la sopa está muy rica».

En la primavera siguiente, Warhol anunciaría que el pop había terminado; al parecer, las *Flores* que estaba promocionando cuando hizo el anuncio acabaron con ese arte. Unos meses antes, los Tremaine, unos de sus primeros y mejores coleccionistas, también habían declarado el deceso del movimiento: «El pop llegó y se marchó y, cuando el cometa resplandeciente se alejó, nos quedaron destellos delante de los ojos».



Con su novio Philip Fagan y Gerard Malanga.

23
1965

UN ÁRBOL DE ANTINAVIDAD | ELOGIOS CINEMATOGRÁFICOS | FANÁTICOS DEL *SPEED* | HENRY GELDZAHLER SE FUMA UN PURO | PHILIP FAGAN, EL PRIMERO DE LOS AMANTES CONVIVIENTES | TREINTA PELÍCULAS EN UN AÑO | LAS PELÍCULAS Y LA MUERTE DE LA PINTURA

«Parece que hoy en día los pervertidos tienen más creatividad, más ideas, más sensibilidad… que los artistas sanos».

Era el más sencillo de los abetos azules, sin un solo adorno, un árbol de Navidad casi digno de Charlie Brown. Era también el último objeto notable que Andy Warhol presentó ante el público en 1964 y durante muchos meses después.

A Warhol le habían pedido participar en una exposición benéfica en la sede central de Hallmark Cards, en la Quinta Avenida, donde el público llegaría a admirar árboles decorados por veintidós celebridades o, en el caso de Warhol, no decorados en absoluto. El proyecto fue en apoyo de la Sociedad de Ayuda a los Niños, y Hallmark se lo había presentado a nuestro artista en el telegrama más prolijo del mundo, en el que le explicaba que su árbol debería «representarle verdaderamente a usted, sus creencias, su profesión o algún recuerdo o idea que usted sugiera». Así pues, ahí estaba Warhol, por fin considerado una «persona [suficientemente] distinguida» para ocupar su lugar entre celebridades de la talla de Cecil Beaton, Paul Newman, Helena Rubinstein y el cardenal Francis Spellman, y él optó por representarse como el Grinch del *underground*. No es de extrañar que tanto él como su árbol desnudo quedaran fuera de la doble página de colores alegres que *Ladies' Home Journal* dedicó al evento de Hallmark.

En su vida privada, Warhol tendía a dar mucha importancia a la Navidad y a los regalos que esta comportaba. Podría haber ofrecido fácilmente a Hallmark el árbol más *camp* y más adornado del mundo, tal vez de papel de aluminio, como una actualización pop de toda la alegría dorada y carmesí que había vendido a las revistas y a los fabricantes de tarjetas en las navidades de los años cincuenta. Sin embargo, en esa etapa particular de su carrera pop, justamente cuando

estaba afianzándose en la corriente dominante, Warhol decidió distinguirse de los demás adoptando un tono sombrío. Cuando posó para una foto promocional junto a su árbol, lo hizo con las gafas oscuras pegadas a la cara, como si su obra fuera el último grito *hipster*. De hecho, entroncaba con una de las vertientes más duras de la cultura juvenil: tenía connotaciones activistas y políticas. Cuando se expuso en Hallmark, el árbol de Warhol estaba rodeado de enormes cajas de regalos (que recordaban a sus *Cajas de Brillo*) cubiertas con crudas fotografías en blanco y negro de los niños negros desfavorecidos a quienes la institución benéfica pretendía ayudar. El abeto, una buena causa exenta de ornamentos, le valió en realidad el árbol más grande del montaje de la exposición (de cinco metros) y en el lugar más prominente de la galería.

Cuando llegó 1965, Warhol había pasado la década anterior y los años precedentes siendo descrito, y leído al menos por algunos, como una criatura maliciosa que mascaba chicle y prodigaba sonrisas por el país. Su postureo beligerante podía interpretarse con la misma facilidad como tergiversaciones jocosas; sus *Flores* antimercado podían parecer asimismo una decoración navideña en la Castelli. Sin embargo, en la segunda mitad de los sesenta, esa imagen de criatura menuda fue cediendo progresivamente ante Andy Warhol, el implacable Rey de lo Guay.

La coronación tuvo lugar a finales de 1964, cuando Jonas Mekas hizo que *Film Culture*, la revista que había fundado, concediese su Premio de Cine Independiente anual a Warhol, ahora llamado el «Cecil B. DeMille de los cineastas ajenos a Hollywood». Homenajeando las películas *Sleep*, *Kiss*, *Haircut*, *Eat* y *Empire*, la mención del premio adoptaba un tono panegírico en lo tocante a sus significados:

> El mundo deviene transpuesto, intensificado, electrificado. Lo vemos con más nitidez que antes. No en los contextos y significados reorganizados y dramáticos, no al servicio de otra cosa… sino en toda su pureza intrínseca: comer como comer, dormir como dormir, cortar el pelo como cortar el pelo. […] A través de la visión personal de Andy Warhol se ofrece una nueva forma de contemplar las cosas y la pantalla; un nuevo ángulo, una nueva percepción: una transformación requerida sin duda por los cambios internos que se están produciendo en el hombre. […] El cine de Andy Warhol es una meditación sobre el mundo objetivo; en cierto sentido, es un cine de la felicidad.

No obstante, cuando llegó el momento de aceptar realmente el premio, Warhol, pese a su supuesta «felicidad», rehusó asistir a la ceremonia y a la proyección públicas que Mekas había planeado. En lugar de ello, Mekas acudió a la Factory para hacer la entrega, llevando una cesta de frutas y verduras a modo de trofeo y una Bolex para filmar la concesión.

Su rodaje comienza con una sexy Jane Holzer acariciando el

número de *Film Culture* dedicado al premio, como si estuviera parodiando a la modelo portavoz de un concurso televisivo. A continuación, se amplía la toma para incluir a un grupito de operarios de la Factory más *underground* y mucho más duro, que pasa el rato frente a un enorme cuadro de *Flores* y del famoso sofá. Warhol reparte productos de la cesta —el plátano de Holzer es absurdo y deliberadamente fálico, al igual que el protuberante pepino de Malanga—, y luego pasamos a observar al artista y su séquito comiendo y charlando durante los doce silenciosos minutos de la película.

Aunque la filmación nunca llegó a proyectarse la noche del premio, transmitía no obstante un mensaje importante: el arte de Warhol era, o sería pronto, algo más que las obras que realizaba; así como, y quizá principalmente, su vida y la pandilla con la que elegía compartirla. «Lo que Andy está vendiendo, a diferencia de los pintores tradicionales, no es tanto un arte como un ambiente —decía un amigo suyo de la época—. La atmósfera que le rodea es muy potente».

Se trataba de una atmósfera y de un ambiente que ahora rezumaban agudeza e ironía. Al anterior personaje pop de Warhol, más alegre, era preciso leerlo en profundidad para detectar su desdén, lo cual significaba que también podía pasarse por alto. Su nuevo personaje, en cambio, era franco en su mofa.

Stan Brakhage, el pionero temprano del cine experimental, dimitió de la Cooperativa de Cineastas de Mekas por causa de las obras de Warhol, insistiendo en que estas representaban «fuerzas que se me antojan de las más destructivas del mundo actual: amor egocéntrico e "idiota", odio incondicional, nihilismo, violencia hacia el yo y hacia la sociedad». Brakhage se confunde claramente en los detalles de sus acusaciones —¿quién puede considerar «incondicional» algo en Warhol?—, pero acierta al sentir que algo grande se estaba tramando.

El artículo de diciembre de *Newsweek* ya había aludido al cambio. Warhol era todavía básicamente un «alegre» Peter Pan, en las palabras del autor, y los lectores casi podían oírlo decir «¡Genial!» cada dos por tres y verlo en casa con sus juguetes de los cincuenta, «viejos caballos de tiovivo, una máquina recreativa de saco de boxeo, una botella de Coca-Cola gigante de madera». Todavía se le veía alternando con las Baby Jane Holzer de aquel mundo. Pero el artículo hablaba asimismo de su transición hacia «ese nuevo mundo moderno de géneros difusos y personajes mordaces», y publicaba esa descripción justo debajo de una foto de Warhol, el cineasta, dirigiendo al actor Mario Montez en una burda encarnación de Jean Harlow a punto de hacer una mamada a un plátano.

Cabría decir que el nuevo ambiente y el nuevo personaje de Warhol no eran plenamente su propia creación. En la primavera de 1964, Billy Name había introducido destellos en la vida material de la Factory. En el verano y el otoño, añadió oscuridad a la vida social del estudio.

Mientras Warhol y Malanga serigrafiaban flores en el extremo luminoso de la ventana del loft, entre coleccionistas, marchantes y otros vividores de la cultura dominante, «ahí estaba Billy merodeando al fondo como un bicho raro», decía Jane Holzer. «Era muy delgado y tenía un aspecto muy letal, pero era muy hermoso —recordaba un asiduo de la Factory que llegó un poco más tarde—. Y solía estar al fondo; al fondo, ya sabes, como en mundo de sombras. Billy era otra persona intensa, ferozmente intensa».

«El fondo» era la oscuridad que reinaba cerca de los baños, y era también el lugar donde Name recibía al mismo círculo de homosexuales del *underground* al que pertenecía cuando Warhol lo conoció en el Greenwich Village.

El más guapo de ellos, apodado Binghamton Birdie, practicaba el porno gay explícito en el retrete plateado. También estaba Robert Olivo —siempre conocido como Ondine, por un personaje de Audrey Hepburn—, un actor ocasional cuya vida como el «Papa» del Greenwich Village era una incesante interpretación. «Ondine trataba a Warhol como a un ser maravilloso, mágico y precioso, y Andy pensaba que Ondine era la criatura más fabulosa de la cultura estadounidense de todos los tiempos —recordaba Name—. Todos nos hicimos amigos y poníamos en común nuestras ideas; se trataba más bien de una lluvia de ideas estética».

Freddy Herko, el bailarín vanguardista, era otro de los invitados frecuentes de Name, y también Kenneth Rapp —conocido como Rotten Rita y como el Alcalde—, que tenía un decente empleo diurno en una sala de muestras de tejidos, donde trabajaba junto con Binghamton Birdie. Rotten desempeñaba un papel central en aquella escena porque era quien suministraba las anfetaminas que la alimentaban, lo cual dio origen a un nombre alternativo para los amigos de Billy: los Hombres A. Más tarde los llamaban a veces los Topos, ya que sus drogas hacían que necesitasen gafas oscuras. Ese apodo apunta a otro hecho relevante: eran básicamente nocturnos y gobernaban la Factory cuando Warhol salía o se retiraba para ver a su madre, cenar y dormir, y el estudio se convertía en el hogar privado y la guarida de Name. Durante el día, cuando la Factory se dedicaba con ahínco al importante negocio de la producción en serie de obras de arte, los Hombres A apenas se dejaban ver.

La panda de Name era una subcultura bastante independiente en la periferia radical del mundillo de Warhol, «una tupida red subterránea que se movía por debajo de la Factory… complicadísima,

extremadamente extrema, extraña, a veces brillante, con frecuencia simplemente loca», decía Mary Woronov, una de las últimas integrantes de esa red. El propio Billy Name llamaba al grupo «el elemento drogadicto y delincuente», y admitía —o tal vez se atribuía el mérito— haberlo introducido en la Factory. Ondine, en particular, era capaz de cualquier cosa: llevaba bolsas de basura a modo de ropa si le apetecía, y cualquier visitante lo bastante insensato para dejarse allí sus galas las encontraría reconvertidas por él: «Cuando regresabas, tu jersey de cachemira era un turbante o un taparrabos. […] La verdad es que tenías que tratar con mucho tiento a Ondine. No soportaba a los tontos. Podía ser despiadado e hiriente», decía uno de los más jóvenes. Woronov explicaba que la gente no tenía miedo del actor porque fuese especialmente fuerte o duro, sino porque no controlaba en absoluto sus emociones, «de suerte que, cuando estaba enfadado contigo, era como si de repente se cayesen todas las paredes y la destrucción de la que era capaz no tuviese ningún límite». Cuando Ondine había conocido a Warhol, unos años atrás, el artista no había estado a la altura de sus estándares extremistas. Fue en una orgía y el actor hizo que echaran a nuestro artista porque este quería observar más que pasar a la acción: «Aquella orgía había sido organizada por un amigo mío, así que le dije a esa persona: "Por favor, ¿te importaría echar de aquí esa cosa?". Y esa cosa fue expulsada de allí».

Es probable que el visto bueno de Billy hiciera cambiar de opinión a Ondine, ya que este se convirtió en un asiduo de la Factory y aparece en más películas de Warhol que nadie —incluidos unos cuantos de los primerísimos carretes porno—, e incluso protagoniza una novela grabada en cinta magnetofónica que nuestro artista acabó publicando en 1968, justo cuando la Factory cerró su actividad.

La estrella de Freddy Herko brilló más aún que la de Ondine, pero más fugazmente todavía. Era considerado una de las figuras prominentes de la escena de la iglesia Judson, y presionó muchísimo para reescribir las reglas de la danza y del ballet. Tal vez se apoyó demasiado en las anfetaminas; le dio por inyectarse *speed* y luego mezclar su colocón con LSD. En sus últimas semanas estaba mugriento y casi sin techo, y desfilaba por las calles del East Village en zapatillas de ballet y con una capa negra y una zampoña en los labios. Una tarde de octubre de 1964 en la casa de su amigo Johnny Dodd, otra estrella de las primeras películas de Warhol, se dio un baño de espuma, bailó desnudo durante unos veinte minutos y, a modo de apoteosis final, saltó por la ventana del quinto piso mientras la gran *Misa de la Coronación* de Mozart le seguía como una estela.

Siempre han corrido rumores de que Warhol dijo que sentía no haber estado allí para filmar la caída. De ser cierto, puede decirnos tanto sobre su deseo de escandalizar a un *underground* imperturbable

como sobre su frío voyerismo. Pocas semanas después del suicidio dedicó a Herko aquel cuadro de flores blancas.

Aunque Billy Name admitía haber introducido en la Factory a sus Hombres A, también señalaba que estos no eran en absoluto la típica escoria de drogatas: «En realidad eran como todos esos intelectuales y artistas que lo sabían todo sobre la ópera, todo sobre el teatro y todo sobre la interpretación y las películas. Ya sabes, eran todos unos tipos brillantes; solo usábamos las metanfetaminas como combustible».

Algunos de los Hombres A eran conocidos asimismo como la Gente de la Ópera. Si Warhol serigrafiaba escuchando la música de Motown y la Invasión británica —«anula mi conciencia y pinto mejor»—, la banda sonora del mundo de Billy Name corría a cuenta de Maria Callas y las otras primas donnas de la ópera. A pesar de su apodo, Rotten Rita tenía tanto estilo que fue capaz de dejar un poema cuando él y sus compañeros destrozaron el apartamento de un amigo. (Aunque los versos fueron tallados en la puerta). En los años ochenta tendría su propio programa de ópera en la radio.

Aunque los dos estilos musicales de la Factory debieron de encontrarse a medio camino (y el propio Warhol era todavía un admirador secreto de la ópera), no está claro cuánta fusión se produjo en realidad entre los dos mundos sociales del estudio. Como explicaba Malanga, había infinidad de ratos en los que lo único que sucedía era la creación artística. Incluso cuando los Hombres A estaban ahí, decía, no se entrometían: «Se trataba de un espacio realmente grande. Un grupo de personas podían estar socializando en el sofá, y Andy y yo podíamos estar trabajando en el otro lado de la Factory sin ser interrumpidos». Los dos gatos de Name, Ruby y Lacy, desfilaban por el espacio que les separaba.

Puede que los Hombres A apenas se percataran de los tipos más convencionales, al estilo de Jane Holzer. «Yo, una chica guapa, estaba allí alternando y divirtiéndome», recordaba esta, y comentaba que huyó del lugar una vez que los «bichos raros» de Name y sus drogas se convirtieron en una presencia destacada. La panda sentía un desprecio más activo hacia Gerard por ser la única persona de la Factory que sacaba dinero por estar ahí. Podía parecer heterosexual, incluso un mujeriego, y estaba demasiado comprometido con Warhol para ser él mismo. Existía asimismo una diferencia en estilo cognitivo. Un habitual de la Factory contrastaba el brillo de Ondine («genial, sencillamente genial») con el más instintivo y menos impresionante Malanga.

Probablemente se haya exagerado el papel de los Hombres A en la vida de Warhol, sobre todo por la pátina bohemia que conferían. Pero eso es justo lo que nuestro artista andaba buscando al acogerlos. Su relación con los camaradas de Name tenía más de fascinación que de

amistad. Gerard Malanga recordaba a Warhol como un tipo demasiado introvertido para ser verdaderamente amigo de cualquiera de su mundillo. La pandilla de Name habría atraído al artista sobre todo como tema para su arte, al igual que su interés en la sopa enlatada había sido más artístico que gastronómico. Los Hombres A aparecen en numerosas pruebas de pantalla y en algunas de las películas más extremas de Warhol. Incluso bastante temprano ese mismo año, este estaba creando materiales profundamente *underground* y absolutamente prohibidos como *Three*: tres bobinas de película en las que el trío formado por Malanga, Ondine y otro Hombre A se entregan al sexo gimnástico explícito en un baño de la Factory. No tardó mucho en jugar con la idea de filmar una película en primer plano de un pene eyaculando.

O tal vez el mundo del arte no estuviera lejos de considerar esas cosas un poco menos prohibidas. A principios del año 1965, en Los Ángeles, Warhol participó en una muestra colectiva erótica titulada el «Terreno del amor». Ya en 1966, formó parte también de una exposición más francamente llamada «Arte erótico», donde exhibió las escenas más sexis de *Couch*, así como el primero de sus cuadros de *Bosoms*, en este caso una cuadrícula de nueve pechos fosforescentes que había serigrafiado dos años antes para un evento llamado «La Primera Exhibición Internacional de Desnudos».

Como concluía Jonas Mekas: «Parece que hoy en día los pervertidos tienen más creatividad, más ideas, más sensibilidad para crear obras bellas que los artistas sanos».

Incluso cuando Warhol estaba filmando a un amigo aparentemente «saludable» y más convencional como Henry Geldzahler, confería a este un aspecto estrafalario. El día siguiente al rodaje de *Empire*, con dos bobinas de película sobrantes y tiempo restante para usar la cámara, que había alquilado durante el fin de semana, Warhol decidió rodar una secuencia a cámara lenta del comisario de arte reposando en el sofá de la Factory, pero una *stillie* que durase casi cien minutos en lugar de los cuatro habituales de una «Prueba de pantalla». Era un domingo por la noche ya tarde, y los dos amigos estaban solos en el estudio, fumando hierba y pensando perezosamente en la cena, cuando nuestro artista instaló su cámara cinematográfica para el retrato. «¿Qué hago?, ¿me fumo un puro?», preguntó Geldzahler, que por aquel entonces consumía ocho o diez diarios. Warhol respondió: «Sí, siéntate ahí y fuma», y ahí, como recordaba Geldzahler, se acabó el papel del artista como director:

> Andy jamás miraba por el objetivo de la cámara, andaba por otros lugares del estudio, pintando y generalmente manteniéndose ocupado y al margen de esa minúscula empresa, una meditación en blanco y negro no interpretada ni dirigida durante la cual, abandonado a mi suerte, yo estaba destinado a caer, a lo largo del

tiempo, en alguna clase de gestos y actitudes naturales y típicos, revelando así al mundo (o al menos a esas varias docenas de personas que seguían la carrera cinematográfica de Andy a través de los Archivos de Cine de Antología de Jonas Mekas) lo que mis amigos siempre habían sabido: que mi personalidad básica era la de un emperador infante, lleno de sí mismo y de delirios.

Geldzahler estaba en lo cierto en cuanto a su forma de aparecer en la obra, pero es probable que esta tuviera menos que ver con su carácter esencial que con la astuta premisa de Warhol. El mero hecho de ser grabado durante hora y media sin hacer nada más que contemplarse a sí mismo, como Geldzahler parece estar haciendo inevitablemente en el rodaje, era una garantía de que parecería un monstruoso egotista. ¿Y quién no, en esas condiciones? El enorme puro plutocrático que fuma no hace sino reforzar la impresión de egoísmo e interminable ociosidad, de un egocentrismo sin rastro alguno de auténtica introspección. «¿Creéis que está actuando o que está siendo él mismo?», preguntaba Warhol a un grupo de espectadores un día en que se proyectó la película en la Factory. Respondió su propia pregunta: «Está actuando. Está interpretando al Pequeño Rey», que resultaba ser el héroe de uno de sus primeros cuadros de cómics.

Geldzahler, casi inmóvil en su sofá, se convierte en el reverso de los adictos al *speed* de la Factory, que están en constante movimiento, si bien no es menos peculiar que ellos. Aquella noche de julio, Warhol transfirió astutamente la rareza barata de sus películas estáticas al lujoso comisario de arte del Met.

No mucho después de la filmación de Geldzahler, Warhol comenzó otra película más íntima todavía, e incluso más prolongada. De nuevo, esta nos ayuda a disipar la idea —hoy tópica— de que el artista era asexual y emocionalmente distante.

A finales de otoño de 1964, un joven de veintiséis años llamado Philip Norman Fagan se convirtió en el primero de una serie de amantes que convivieron con Warhol. Era sumamente apuesto, con el estilo de un matón callejero: vaqueros, camisetas negras ajustadas, un brillante tupé negro y el tatuaje de una calavera alada en sus impresionantes bíceps. En su adolescencia, que pasó en Fort Worth, había batido récords de velocidad en motocicleta (de ahí la calavera voladora), y todavía parecía un motero y conservaba su acento texano cuando llegó a Nueva York tras una temporada en las marinas armada y mercante. ¿Un motero-marinero? Fagan debía de encarnar la perfecta fantasía del tipo duro homosexual de clase trabajadora, como una suerte de precursor de los Village People, cuando Warhol lo conoció en un concierto en octubre de 1964.

Pero nuestro artista podría haber reconocido asimismo en Fagan a

alguien harto más interesante y vanguardista de como le han descrito desde entonces los memorialistas de la Factory. Había estudiado ballet en la Universidad Cristiana de Texas —con «el cinturón de baile, las mallas y todo lo demás», como recordaba un compañero de la ciudad — y había ido a México a formarse como mimo con un famoso cineasta radical y artista de *performances*. Incluso se había hecho retratar por Paul Swan, un viejo artista y bailarín gay al que se describió en cierta ocasión como «el hombre más bello del mundo» y que no tardaría en ser filmado por Warhol. Fagan llegó a trabar amistad con los escritores homosexuales William Burroughs y Allen Ginsberg, y apareció en películas experimentales de Jonas Mekas, Marie Menken y Jack Smith. Una vez que empezó a frecuentar la Factory, mostró su habilidad rodando sus propios cortometrajes.

Un observador describía a Fagan como tímido y de voz suave, pero tan hermosamente masculino (como el «estadounidense virgen de las películas de la preguerra») que podía ser fotografiado con uno de los bañadores femeninos de Rudi Gernreich que dejaban los pechos al aire «sin ninguna apariencia de travestismo». No está claro si se trata de retórica fantasiosa o de la descripción de una foto real.

Fagan llegó a formar parte del equipo de serigrafiado de Warhol aquel frenético otoño. Un artículo sobre las *Flores* lo mencionaban a él y «el poeta Gerard Malanga» como los ayudantes oficiales de Warhol en el proyecto, y existen imágenes de los tres en plena faena. Según se ve en una instantánea del artista y los dos jóvenes, Fagan, en primer plano y sin camisa (como estaba a menudo), tiene el aspecto de roquero que lucía Malanga cuando Warhol lo conoció; el susodicho, con un jersey negro de cuello alto de estilo *beatnik*, lleva el pelo largo clásico entre los poetas y aparece más al fondo, frío e imperturbable; y nuestro artista, posando detrás de sus subalternos, los observa a través de sus gafas de sol con el desapasionamiento de un coleccionista en una subasta, que es siempre un falso desapego.

En otras fotos, Warhol y Fagan aparecen juntos en toda suerte de contextos, y esas imágenes sin duda revelan una calidez real. En diciembre, ambos hombres firmaron conjuntamente una tarjeta con uno de los afeminados dibujos de mariposas de nuestro artista, en la que deseaban a Henry Geldzahler unas «MUUYFELICESJODIDASNAVIDADES». Jugaban juntos en la cocina de casa, donde Fagan enseñaba a Warhol a hornear tartas y pedía a Julia Warhola que juzgase cuáles eran mejores.

Fagan ha sido descrito con frecuencia como heterosexual: «Si Andy Warhol hubiera sido una mujer, seguro que te habría olvidado», se supone que le dijo a un antiguo amor (una mujer). Un habitual de la Factory lo describía, con más cinismo y malicia, como un «bomboncito» o «juguete sexual» experimentado que tenía la

costumbre de instalarse con homosexuales exitosos para luego resistirse a acostarse con ellos. Pero si Fagan y Warhol compartían o no semen es un asunto discutible, y francamente imposible de saber; funcionaban a todas luces como una especie de pareja de enamorados.

Warhol grabó más carretes de Fagan que de cualquier otro: once bobinas de tres minutos de él solo, amén de otras más largas con secuencias para tres «largometrajes», incluida la primera película sonora de la Factory, *Harlot*, donde aparece emparejado con Malanga. En un par de pruebas de pantalla de Fagan le vemos en actitud provocadora, moviendo lascivamente la lengua y pelando un plátano erecto con los dientes.

A principios de noviembre se convirtió en la musa de Warhol, en un raro caso en el que el término parece justificado a la par que significativo. Inspiró uno de los grandes proyectos tempranos e inacabados del artista: las «Pruebas de pantalla diarias», que documentan el aspecto de su novio en el transcurso de noventa y seis días. Fagan adoptaba casi la misma pose y expresión en cada una de ellas, sin duda por indicación de Warhol, pero los cambios en la iluminación, radicales y muy deliberados, y a veces en el peinado hacen que parezca muy diferente a lo largo de la serie: «Bisoño, disoluto, matón, jovial, huraño, introvertido, salvaje, seductor, desaseado, intensamente guapo» son las lecturas que hace un experto de sus diferentes personajes. En lugar de aceptar el viejo tópico de que los retratos captan el verdadero carácter, parece como si a Warhol le hubiese interesado documentar cómo estos pueden suponer una manipulación artificial de las apariencias para que parezcan demostrar mucha personalidad.

El poeta Ronald Tavel, un colaborador de Warhol que por lo visto se encaprichó de Fagan —«estaba menos loco que algunos de los demás»—, ha sugerido que la serie «Pruebas de pantalla diarias», que tituló *Aging* o *Six Months*, pretendía mostrar a Fagan envejeciendo o incluso muriendo muy lentamente, como todos hacemos con el transcurso del tiempo. Pero eso también parece más una premisa absurda que algo que Warhol pudiera creer de verdad que sus filmaciones lograrían en tan solo unos meses. Como sucede con tanta frecuencia con él, al igual que con muchos de sus grandes predecesores del estilo modernista, un fracaso convincente en la realización de una tarea artística imposible es tan importante como el éxito más claro de una obra.

Un experto en cine sugería otra bonita motivación para el proyecto sobre Fagan, si es cierto que Warhol había planeado que durase medio año: tal vez confiase en que la serie tuviera el efecto talismánico de conservar a su novio durante todo ese tiempo. O bien, si nuestro artista estaba pensando en la premisa alternativa y en el otro título

mencionado por Tavel, *Philip Dying*, quizá estuviera prediciendo un nuevo abandono y la insufrible amargura que sentiría.

Existen versiones contradictorias sobre el final de la relación. Algunas fuentes sugieren que Warhol echó a Fagan allá por febrero, lo cual tiene sentido, dado que los rodajes diarios solo se prolongan hasta entonces. A finales de enero, cuando se estaban grabando las últimas secuencias, el artista había hecho asimismo una película entera de setenta minutos sobre su novio, durante la cual un Ron Tavel fuera de la pantalla, que interpretaba el papel de «un examinador incorpóreo resuelto a humillar al candidato», interrogaba a Fagan con toda clase de preguntas cruelmente inquisitivas. Ello sugiere que por entonces Warhol estaba dispuesto a ver sufrir a su amado, aunque al final es este quien sale victorioso, tan solo ignorando a su inquisidor y, de ese modo, haciéndose con el control de la película.

Tavel decía que, a las pocas semanas de rodaje, Warhol se quejaba de que a Fagan le desagradaba casi todo el mundo de la Factory. «Creo que no entiende lo que hacemos aquí —se supone que dijo nuestro artista—. Le he pedido que no vuelva».

Pero Malanga ha insistido en que el final no llegó hasta marzo, cuando a Warhol le esperaban en Toronto y había comprado billetes de tren para él y su novio, más uno para el poeta. Según se dice, un Fagan celoso exigió que Malanga se quedara y, cuando Warhol se negó, hizo las maletas y se largó. Pasó los cuatro años siguientes en una «búsqueda espiritual» por Asia —en las fotos aparece cada vez más esquelético— y, cuando regresó a Nueva York, le pidió a nuestro artista un billete solo de ida para volver a su casa en Texas. En un principio Warhol se negó, pero después un amigo común lo convenció para que lo hiciese. En el agradecimiento que Fagan escribió desde Fort Worth, asumía al menos parte de la culpa por su ruptura original: «En lo que pienso sobre todo, maestro, es en ti, porque ME IMPORTAS y sé que te he hecho cosas terribles. Ahora sé que yo también te importaba a ti y eso me hace sentir peor todavía. […] Siempre estaré ahí si me necesitas, maestro, porque de veras te quiero mucho». No mucho después, Philip Norman Fagan se quitó la vida.

«Claes Oldenburg ha comprado una cámara de cine. Jim Dine y Rosenquist han comprado cámaras de cine. Rauschenberg ha comprado una cámara de cine», explicaba Warhol a un crítico en la primavera de 1965. No mencionaba el hecho de que él había sido el primero en comprar una. Al igual que sucedía con el nuevo arte del serigrafiado, nuestro artista había llegado al cine antes que todos sus compañeros del pop, pero en esta ocasión se le reconocía el mérito. En

el otoño de 1964, el Lincoln Center, un espacio recién inaugurado para la alta cultura, albergó la tercera edición del Festival de Cine de Nueva York, y se atrevió a incluir cuatro de sus películas «extraordinariamente excéntricas» sobre las que escribió el crítico de *The New York Times* Vincent Canby. Eran cuatro de los largometrajes que le habían valido a Warhol el premio concedido por la revista *Film Culture*, pero esta vez se exhibían más claramente como arte de vanguardia. Gracias a una nueva tecnología de marketing que garantizaba «vender tu producto en cualquier lugar», se habían instalado cuatro cabinas de proyección del tamaño de un televisor en el vestíbulo del festival, donde nadie podía saltárselas, y cada una proyectaba sin parar un segmento de alguna de esas películas: *Eat*, *Sleep*, *Kiss* y *Haircut*. A modo de guinda vanguardista, fue añadida una banda sonora del compositor radical La Monte Young (excompañero de Warhol en The Druds), que no era nada más que un zumbido monocorde que sonaba interminablemente a un volumen ensordecedor. Mucho más tarde, se dice que nuestro artista se habría quejado de haber sido segregado de las otras películas del festival, pero es probable que su trato especial incrementase en realidad la visibilidad y el impacto de sus películas en cuanto arte. El *Times* dedicó un titular específico a su presencia en el festival, y hablaba de las cuatro obras como «películas pop» que representaban «el arte moderno en una de sus formas más salvajes».

Warhol llevaba ya un año caminando en esa dirección. Pese a todo su trabajo en 1964 con *Los trece hombres más buscados*, sus *Cajas*, sus *Jackies* y sus *Flores*, nuestro artista estaba igual de comprometido o más con la producción de películas en serie. A una treintena de las que hizo ese año les concedió el honor de ponerles título, y se conservan muchas bobinas más sin nombre en una extensa gama de estilos.

Como el paso precedente que dio Warhol de la ilustración al arte plástico, su transición de la pintura al cine se antoja inteligente, incluso inevitable, solo en retrospectiva. En su momento, aquello supuso un cambio inverosímil y bastante drástico que debió de requerir auténtico coraje. Las probabilidades de alcanzar la gloria y el glamur en el cine *underground* eran más remotas aún que en las artes plásticas; la idea de ganar dinero con ello era todavía más absurda. Los gastos implicados en la creación de películas eran mucho mayores que los de las pinturas pop de Warhol: Gerard Malanga recordaba que el celuloide y los costes de laboratorio incluso para el proyecto más modesto podían ascender a cuatrocientos cincuenta dólares; la pantalla de impresión y el lienzo para una serigrafía de tamaño considerable podrían haber costado una décima parte de esa cantidad. Mientras tanto, cualesquiera ingresos (por no hablar de beneficios) que proporcionara una de las películas experimentales francamente

desagradables no estaban a la altura de los que reportaban sus cuadros. Recibió un total de 1.672,20 dólares por la mayoría de sus alquileres de películas en 1965, apenas más de lo que ingresaba con un solo cuadro de *Flores* de gran tamaño. Warhol describía su creación de películas como una afición «terriblemente cara» que no reportaba ningún ingreso: «Todo el dinero de mis cuadros va a parar ahí».

Varios actores de Warhol llegaron a quejarse de que no habían sido debidamente retribuidos por sus películas, pero casi nunca había beneficios que compartir con ellos ni expectativas de que pudiera haberlos cuando se rodaban esos filmes. Bibbe Hansen actuó en varias y recordaba que absolutamente nadie en el mundo del cine y la interpretación *underground* de los años sesenta habría esperado cobrar por lo que a menudo no eran más que unas cuantas horas de trabajo, que podían parecer más bien un juego o una creación. «Nos sentíamos afortunados por colaborar con Andy —decía Hansen—. Vivíamos para servir a la labor. Tan solo tener acceso a un cine, a un escenario o a una cámara, luces y película, todo financiado por Warhol; todo aquello era un regalo y nos permitía cultivar nuestro arte». Nuestro artista aseguraba que pagaba salarios sindicales, pero que sus actores no estaban casi nunca en escena lo suficiente para que esos salarios fuesen gran cosa.

Warhol jamás renunció a todas sus metas financieras para su nuevo cine; a lo largo de su vida tuvo ambiciones empresariales en todos sus proyectos, por muy fuera de lugar que pudieran haber estado estas. En el caso de las películas, esas aspiraciones quizá se alimentaran de gratos recuerdos de los beneficios que había obtenido, en calderilla, exhibiendo películas en su sótano cuando estaba en la escuela primaria. También debieron de alimentarse de la resplandeciente visión (o el espejismo) de las fortunas hollywoodienses, que sobrevolaron ante los ojos de Warhol, fuera de su alcance hasta el día de su muerte. En 1965 firmó un contrato inverosímil con el que ganó un anticipo de cinco mil dólares, más el 50 por ciento de todos los beneficios, por una antología de sus películas («El cine de Andy Warhol») que supuestamente sería compilada y distribuida por el as del periodismo George Plimpton. No es de extrañar que no exista indicio alguno de que el trato llegara a fructificar; cinco décadas después eso equivaldría a intentar ganar cincuenta mil dólares con una selección de sus películas, una cifra improbable incluso hoy que el artista es un personaje muy conocido.

«El artista habla de dejar los cuadros pop por las películas». *The New York Times* cubrió el lanzamiento parisino de las *Flores* de Warhol, y esa fue la conclusión más importante que se sacó en el artículo.

Cuando la inauguración comenzó a llenarse de invitados elegantes, decía *The New York Times*, «el señor Warhol empezó a describirse a sí mismo como un "artista retirado" y hablaba de sus planes de dedicar su vida al cine».

Su interés por el cine iba más allá de probar un medio nuevo y atractivo. Implicaba asimismo un rechazo definitivo de la pintura, el medio que había imperado por completo con los expresionistas abstractos y que anteriormente había predominado durante décadas o hasta siglos. Incluso mientras pintaba sus *Flores* por docenas, Warhol estaba insinuando que el lienzo perdía su influencia: «Las películas son el arte más fascinante visualmente —había declarado a *The New York Times*—, porque son el menos estático». Sus comentarios al respecto llegarían a ser cada vez más claros y más audaces. «No creo en la pintura porque odio los objetos —dijo delante de la cámara en un documental de 1966—. Odio ir a los museos y ver cuadros en la pared porque parecen muy importantes pero en realidad no significan nada». Ese mismo año, un periodista británico citaba a Warhol diciendo: «Odio los cuadros. Y creo que no deberían colgarse en las paredes. Debería jugarse con ellos. Por eso empecé a hacer películas».

Otros artistas habían comenzado a incorporar fragmentos de proyecciones a sus obras con pintura, armando una resistencia silenciosa a la nueva cultura mediática incorporándola al mundo de los viejos maestros. Warhol prefería una rendición en toda regla al lado oscuro.

Mucho más tarde, nuestro artista recordaba el momento en que había soltado el pincel (o la regleta de serigrafista):

PERIODISTA: Hace diez años se hablaba del final de la pintura.
WARHOL: Bueno, yo lo hacía. Yo siempre lo decía por entonces.
PERIODISTA: ¿Lo decía irónicamente o pensaba de veras que había dejado de pintar?
WARHOL: Hablaba en serio.

Sus dudas con respecto a la pintura ya habían aflorado con su ingreso en el pop a principios de 1961, cuando abandonó la pincelada pictórica de sus primeras botellas de Coca-Cola. Maduraron a finales de 1962, cuando sustituyó los pinceles por pantallas de impresión. Una de sus primeras obras serigrafiadas fue una imagen de Liz Taylor que tomaba prestada (y distorsionaba) la tecnología de las películas en 3D para hacer desaparecer por completo a la actriz del lienzo cuando te ponías las gafas especiales que iban con ella; en lugar de ayudar al arte de la pintura a representar el mundo, una tarea consagrada por el tiempo, Warhol estaba empleando aquí su nueva técnica serigráfica para debilitarla. De hecho, en 1963, mientras trabajaba en sus últimos *Muerte y desastres* y en *Sleep*, le contaba al durmiente de la película

que estaba a punto de dejar de pintar. Las *Cajas* fueron un paso más allá en esa dirección, toda vez que dejaron atrás la pared de la galería y sus lienzos colgados, así como cualquier signo de artesanía. (Y, como descubriría Warhol a raíz del comportamiento sobre el terreno de los visitantes en la inauguración, sus *Cajas* estaban cerca de ser cuadros con los que se podía «jugar»).

Y después, con las *Flores*, las dudas de Warhol acerca de la pintura se mostraron en plena primavera. Las serigrafías florales jugaban con la sospecha, creciente desde el comienzo del apogeo artístico de los años sesenta, de que los cuadros ya no podían ser mucho más que mercancías. Hasta los lienzos más evocadores parecían cada vez más adornos con los que decorar las paredes de los coleccionistas, más semejantes a «telas de vestidos», en palabras del propio Warhol, que a las expresiones intemporales del espíritu humano.

En los últimos meses de los años sesenta, Warhol estaba trabajando en una «obra de arte» conceptual completamente libre de objetos, que no consistía más que en organizar una escapada a París para su amigo el crítico de arte Gregory Battcock y declarar que ese viaje era el objeto estético. Como este mismo había llegado a creer, «la pintura era un desperdicio de verdad. […] Es sencillamente un hecho: está muerta». Olvidemos el expresionismo abstracto. Los últimos pintores significativos, decía Battcock, eran los viejos maestros italianos como Piero della Francesca y Caravaggio.

Ni el crítico ni nuestro artista, su inspiración, se habían aventurado por esos territorios ellos solos. El deseo de declarar la muerte de la pintura, o incluso de ser uno de sus asesinos, poseía un venerable origen en lo más puntero del arte moderno, donde Warhol siempre quería estar. Duchamp había pintado un «último cuadro» en 1918, y más tarde declaró —aunque en realidad mintió— que se había retirado del juego de la creación artística en favor del ajedrez.

Los monocromos que aparecieron en las fronteras remotas de la cultura de los años cincuenta, gracias a los ídolos de Warhol Rauschenberg e Yves Klein, pero también al expresionista abstracto Ad Reinhardt, se habían interpretado asimismo como un intento de acabar con la pintura, como en realidad habían hecho también las apropiaciones «antiarte» del propio pop a inicios de los sesenta.

Por consiguiente, hacia 1965, que Warhol se «retirara» de la pintura para dedicarse al cine no era simplemente el raro capricho de un artista conocido por su excentricidad. Le situaba en la vanguardia misma de la concepción más seria de aquel momento acerca del arte; en realidad en la punta de su lanza. El año de su declaración figuraba como participante en varias veladas organizadas por los intransigentes artistas del grupo Fluxus, que hacían tanto uso del «arte muerto» que era la pintura como de un látigo de carruaje. En una de esas noches,

Warhol exhibió su última película.

Si nuestro artista necesitaba una confirmación final de que la pintura estaba lista para el asesinato, la obtuvo, en términos vívidos, de la pareja formada por los miembros más intransigentes del *underground* neoyorquino. Un día de otoño del año 1964, Warhol recibió en la Factory una visita de su amigo Ray Johnson, siempre en el límite, acompañado por una mujer llamada Dorothy Podber, «la criatura más extraordinaria, chiflada, extravagante y salvaje que jamás ha caminado sobre la tierra», según un miembro de su alocada panda. Podber era famosa por sus mascotas descomunales, entre ellas un ocelote, y por el bol que mantenía lleno de *speed*. «Era una mujer malvada y maravillosa. No aceptabas dulces de Dorothy», recordaba un conocido. Johnson y ella, ambos amigos íntimos de Billy Name, eran conocidos por visitar a la gente y «hacer cosas increíbles», siempre bajo el estandarte del arte de Johnson.

El día en que aparecieron para hacer su última «cosa» en la Factory, Podber iba toda vestida de negro y llevaba unos guantes a juego que sostenían la correa de una gran danesa llamada Yvonne, como recordaba Name:

> Entró y dijo: «Hola, Billy», y yo dije: «Hola». Estábamos trabajando en algo. Andy andaba serigrafiando. Pero ella llevaba un bolsito, se quitó los guantes y abrió el bolso, sacó una pistola, vio una pila de *Marilyns* apoyadas contra la pared, disparó a la frente, justo entre los ojos, y luego guardó el arma, volvió a ponerse los guantes y se marchó.

Johnson sentía un desdén antiwarholiano, romántico y chapado a la antigua hacia el mercado del arte y todo cuanto este tocaba, y ya se había enfurecido cuando nuestro artista le había ofrecido dinero a cambio de sus ideas. Cuando Podber y él atacaron sus últimos objetos sacados del mercado e impulsados por este —los lienzos de Marilyn que recibieron los disparos eran nuevas versiones recién encargadas de los primeros de Warhol—, Johnson estaba expresando su desprecio feroz por lo que había sido de la pintura. El caso es que Warhol estaba completamente de acuerdo con él. Había empezado a atender pedidos de repeticiones ampliadas de sus mayores éxitos: de esas *Marilyns* que recibieron los disparos, pero también de *Jackies* e incluso de un montón de nuevas y más grandes *Sopas de tomate*, primero encargadas (por dos mil dólares) por la propia compañía Campbell's como un regalo para su jefe, pero luego ofrecidas a la venta general en varios colores. E incluso mientras hacía esas nuevas versiones, Warhol se dedicaba a degradarlas como «pinturas muertas». Hizo un remiendo chapucero de los agujeros de bala en las cuatro *Marilyns* victimizadas, pero cuando un amigo coleccionista le sugirió restaurar mucho mejor la que él poseía, el artista dijo que la prefería dañada, «como si fuese

una imperfección, como si fuese un grano».

En la segunda mitad de los años sesenta, los lienzos de Warhol fueron casi todos retoques de sus obras anteriores, zombis del pop art que los coleccionistas eran incapaces de distinguir del objeto real. Estuvieron cerca de convertir su arte en una pura mercancía comercializable, haciendo de Andy Warhol Enterprises una especie de empresa dedicada a producir *Latas de sopa* más grandes en lugar de con nuevos sabores, sin el más mínimo interés en las ideas novedosas acerca de la comida. Las accesibles *Flores* ya habían dado una pista al respecto, solo que su fácil atractivo camuflaba una seria corriente subterránea conceptual. A medida que crecían las ventas y la popularidad de Warhol, su reto consistía en descubrir cómo mantener esa corriente. Decidió que el cine era la respuesta.

El paso de Warhol al cine no era arribista ni mercenario. Obedecía a su profunda creencia en el clásico imperativo vanguardista del «Hazlo nuevo» que le inculcaron los artistas modernos en el Carnegie Tech. Incluso una vez que hubo descubierto la cinematografía, siempre estaba ansioso por superarse. *Empire*, uno de sus primeros triunfos fílmicos, también le condujo a dejar atrás su éxito. Aunque esa película era muda, la cámara Auricon que alquiló para hacer tomas de media hora resultó estar diseñada asimismo para grabar el sonido en la cinta. Aquello marcó el comienzo de una nueva era de películas sonoras en la Factory.

Warhol descubrió las capacidades de la Auricon cuando Mekas la utilizó para una película titulada *The Brig,* que captaba la estridente acción de una obra *off-Broadway* localizada en una prisión militar: «Quedó muy impresionado con las posibilidades de sonido y con lo barato y lo simple que era», recordaba el cineasta.

Para Navidad, Warhol había comprado finalmente una Auricon por la suma elevadísima de dos mil seiscientos dólares, más de lo que se había gastado en cualquier otra cosa, exceptuando su casa. Empezó a utilizar la cámara casi de inmediato, en esta ocasión para grabar a su amigo prepop Emile de Antonio, que hasta entonces siempre se había resistido a las ofertas de Warhol para trabajar juntos.

De Antonio recordaba haber cambiado de opinión:

> Una noche yo estaba muy borracho en un restaurante bastante conocido y él estaba en otra mesa. Le dije: «Andy, haré una película contigo».
>
> Él dijo: «¡Oh, Deee!, ¿qué será?».
>
> Yo le respondí: «Me beberé una botella de whisky en veinte minutos. Se sabe de sargentos de la infantería de marina que murieron haciendo eso y yo estoy dispuesto a arriesgar mi trasero por ti».

Warhol aceptó la oferta de De Antonio. Colocó a su amigo en un rellano de la escalera de la Factory, sin calefacción, e instaló su nueva cámara con sonido y sus focos un piso más arriba. En las fotos fijas que se conservan de la filmación, nuestro artista parece casi un depredador mientras apunta hacia abajo a su amigo y mentor. Esa sensación aumenta en el aterrador rodaje, que Warhol tituló *Drink*, en consonancia con los verbos de sus previos *Sleep* e *Eat*. Llegamos a pasar una hora observando a De Antonio emborracharse, para lo cual necesita bastantes más tragos de los que la mayoría de los sargentos podrían resistir, desde la sobriedad hasta el balbuceo incoherente: «Un papa diminuto. Diminuto Leo Castelli. Un papa muy conocido que se rasca las pelotas cada vez que habla contigo. Es casi pecado rascarte las pelotas cuando eres el Papa. ¿Por qué eres el Papa, Leo? Ha habido muchos Leos que han sido papas. Mi Leo preferido era León X». Luego arranca a cantar y a vociferar, y finalmente, tras una segunda botella de whisky, cae muerto de embriaguez, con un claro énfasis en «muerto». Y mientras tanto sabemos que Warhol estaba detrás de la cámara contemplando esa peligrosa interpretación.

Las últimas instantáneas de aquella noche muestran a Malanga y a otro ayudante cargando con De Antonio desde la escalera hasta el sofá de la Factory, donde esperan su preocupada esposa y un amigo. En la última foto de la serie, De Antonio ha abierto los ojos y sonríe.

Su buen humor no duró: «Me levanto por la mañana con una resaca terrible, pero lúcido, espero, como de costumbre. Llamo de inmediato a mi abogado y le digo: "Llama a Andy y dile que, si su película llega a exhibirse alguna vez, se va a enterar; le vamos a demandar por un millón de dólares"».

Drink no se proyectó durante años.

Además, tuvo pocas auténticas sucesoras entre las obras de Warhol.

Cuando nuestro artista pasó de su Bolex silenciosa a su Auricon con sonido, parece como si decidiera asimismo dejar atrás la observación pura que había regido casi todas sus primeras películas. Ahora quería diálogo planificado para el sonido de sus filmes y pensó que necesitaría la ayuda de un maestro de las palabras. Ron Tavel fue el ayudante elegido por Warhol, al parecer no por su destreza como escritor, sino tan solo por el mero número de palabras que lanzaba semanalmente en sus lecturas en el café Le Metro del East Village, donde otro de los lectores era Malanga. Tavel leía con una voz aguda y extraña, «como la que tenía sin duda la serpiente en el jardín del Edén», decía, y ello le había valido una reputación entre otros poetas.

Un miércoles de noviembre de 1964 por la noche, Malanga llevó a Warhol a escuchar a Tavel, y el artista pop decidió enseguida que había encontrado al nuevo hombre de las palabras de la Factory, como recordaba este: «Fue al estilo de Hollywood. Me hizo llegar una tarjeta

que decía: “Ven a mi mesa”. Y ahí estaba él, sentado con su séquito. Andy preguntó: “¿Quieres hacer películas?”. Yo respondí: “¿Haciendo qué?”. Él contestó: “Leyendo”». Tavel podía leer la guía telefónica si quería, dijo Warhol: «Sé que la harás interesante, pero intenta no hacerlo».

Cuando nuestro artista decidió introducir por primera vez el diálogo en sus películas, se le ocurrió la idea original y muy warholiana de que las palabras deberían provenir de fuera de la cámara y tal vez tener poco o nada que ver con la imagen. «Lo que le interesaba en ese momento era el sonido humano en sí mismo —decía Tavel—, más que cualquier cosa efectivamente dicha».

A mediados de diciembre, ambos hombres estaban trabajando en *Harlot*, filmada una noche delante del sofá de la Factory, que habían ornamentado (no el *art déco* que se hizo célebre en *Kiss*). Rodeado de periodistas y fotógrafos invitados para registrar el momento, Warhol apuntaba su nueva Auricon hacia el travesti Mario Montez, que interpretaba a una Jean Harlow comiendo plátanos, y hacia Malanga y otros residentes de la Factory que merodeaban por ahí sin hacer nada más que ofrecer fruta a la estrella. Fuera de cámara, Billy Name, Tavel y otro poeta local se congregaban alrededor del micrófono de la Auricon, ofreciendo reflexiones etílicas sobre la acción en torno a Montez. (Habían cortado secretamente una rendija en la cortina que Warhol había colocado para impedirles ver el rodaje). El trío se pronunciaba sobre cualquier cosa que se le ocurriera, desde el pelo en los pezones de Name, que un lascivo Tavel acababa de acariciar, hasta la reciente muerte de Edith Sitwell, cuyos disparatados versos habían sido la banda sonora de los primeros meses de Warhol en Nueva York.

La conversación coherente venía entremezclada con largos tramos de balbuceo:

VOZ 1: *Star* es *rats* al revés.
VOZ 2: Los violines están hechos con tripas de gato.
VOZ 1: Tripas de estrellas al revés.
VOZ 3: No, lo primero está en las tripas de gato. El segundo violín. ¿De qué está hecho eso?

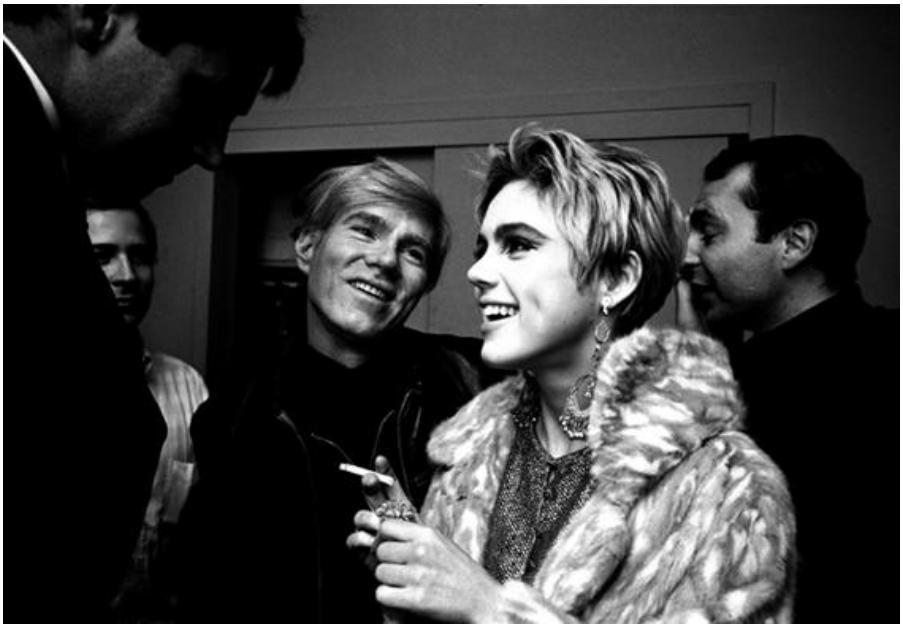
Pese a toda su rareza, *Sleep* y *Empire* parecen casi racionalistas comparadas con las absurdas derivas de *Harlot*, que continuaron incluso en su primera proyección en una velada Fluxus, que se hizo sobre una sábana diminuta y arrugada en el sótano destartalado de una cafetería que ni siquiera contaba con un proyector con sonido.

Tavel quedó encandilado con su primera colaboración con Warhol: «En bello blanco y negro, una epopeya de paciencia que requiere paciencia para su contemplación; son dos bobinas de reflexivos resultados». Un crítico de la revista *Life* se mostraba menos paciente,

describía *Harlot* como una broma poco graciosa con «el encanto efímero de un dicho brillante ceceado por el hijo de alguien». Pero, habida cuenta de que la condena del crítico incluía todo el pop art, así como tesoros vanguardistas tan acreditados como la película *Flaming Creatures* de Jack Smith, es probable que Warhol se sintiera más satisfecho que contrariado por el artículo, que en cualquier caso ocupaba una página completa de la revista. Tras ese «éxito», nuestro artista pasó a pedir a Tavel que proporcionara una verbosidad similar, y a veces auténticos guiones, para más de una docena de otras películas, que rodó a lo largo del siguiente año.

El «ascenso» a las películas sonoras bien podría haber señalado un nuevo momento profesional en la cinematografía de Warhol. *Harlot* contó incluso con una especie de técnico de sonido, y, de hecho, un productor de cine no tardó en acercarse a nuestro artista para encargarse del diseño de una película importante. Pero en todo caso, Warhol se estaba alejando de los valores de los estudios principales y avanzaba hacia lo que sus propios anuncios designaban modestamente como películas «no estáticas». Poseían una excentricidad informal no hollywoodiense que incluso superaba (o no llegaba a la altura de) su desgana inicial en *Tarzán*. Warhol llegó a la sumamente inteligente conclusión de que la única manera de que su producción casera pudiera competir con el lustre de Hollywood consistía en no acercarse jamás siquiera a compararse con él: «Tenemos que hacer que nuestras películas parezcan lo que son, porque si puedes hacer que parezcan mejores si son malas, al menos tienen un estilo propio. Pero intentar hacer que una película más buena parezca buena sin dinero resulta sencillamente imposible».

Las colaboraciones de Warhol con Tavel abarcaron desde una adaptación libre (muy libre) de la novela *La naranja mecánica* a un wéstern homosexual caótico y violento titulado *Horse* —subieron al enorme animal en el ascensor de la Factory—, pasando por un salvaje y azaroso divertimento titulado *Space*, que contaba con un elenco de la Factory integrado por millares de personas que hacían básicamente lo que se les antojaba, hasta llegar a hacer pedazos el guion que les habían entregado. Los textos de Tavel «podían ser cualquier cosa desde nada hasta algo —decía Billy Name, recordando las delirantes improvisaciones que estos podían desencadenar—. Es un chiflado tan intelectual, un pirado tan habilidoso, que en realidad no puedes saber lo que está haciendo porque es capaz de cambiarlo incluso mientras lo está haciendo».



Adorando a Edie Sedgwick.

24
1965

EDIE SEDGWICK | A PARÍS CON AMIGOS | SUPERESTRELLATO | ANDY Y EDIE, GEMELOS DE LA MODA | LA CAMISETA DE RAYAS | EL NACIMIENTO DEL VIDEOARTE: *OUTER AND INNER SPACE* | CLUBES DE FANS DE WARHOL | UNA CELEBRIDAD, AL FIN

«Edie era la mejor, la más grande. Nunca entendió lo que yo estaba haciendo con ella».

«En la cena y el preestreno del martes por la noche en el Metropolitan Museum of Art —escribía *The New York Times*—, la señora Johnson apareció con un vestido negro de faya sin tirantes y una estola a juego». La «señora Johnson» era Lady Bird, primera dama de Estados Unidos, y la noticia de *The New York Times* sobre su visita al Met registraba asimismo a dos personajes inesperados a los que el museo había invitado a acompañarla: «Andy Warhol, el artista pop [con] Edie Sedgwick, una maravilla con un mono lila de punto y un bolso peludo de hombro». No era precisamente el lugar ni la compañía que uno imaginaría para la primera aparición mediática de Warhol y su más famosa cómplice.

La señora Johnson y sus amigos estaban asistiendo al preestreno de una exitosa exposición titulada «Tres siglos de pintura estadounidense», para la que el amigo de Warhol Henry Geldzahler había organizado la sección sobre el arte más reciente, hasta Jackson Pollock inclusive, pero solo hasta él. En la inauguración, que tuvo lugar en abril, Warhol estaba allí representando a la próxima generación. Y Edie Sedgwick representaba su próximo material artístico.

La modelo tenía veintiún años, camino de los veintidós, y era el vástago profundamente perturbado de un antiguo y «buen» clan de Nueva Inglaterra. Su padre terminó siendo el propietario de un inmenso rancho en California, donde pisoteaba a sus ocho hijos, golpeándoles y destrozándoles psicológicamente. Un hermano de Sedgwick fue enviado a un hospital psiquiátrico en Connecticut para ser «curado» de su homosexualidad. Se ahorcó allí. Otro también se quitó la vida chocando con su motocicleta a gran velocidad en Nueva York. Sedgwick decía haber sido víctima de incesto: «Recibía muchas

atenciones físicas de mi padre. Él siempre intentaba dormir conmigo… desde que yo tenía unos siete años».

Durante su hondamente turbulenta adolescencia, la modelo estuvo entrando y saliendo de instituciones en las que fue tratada de bulimia y de toda suerte de conductas malas y alocadas. A los veinte años salió y pasó algún tiempo en Boston, donde recibió clases privadas de arte de un primo y dibujaba caballos y ratones, con un estilo diestro pero anticuado y francamente adolescente. (Un montón de sus ilustraciones acabaron en la colección de Warhol, donde fueron extraños compañeros de cama de sus Johnses y Duchamps). Llegó a formar parte de una pandilla de jóvenes sofisticados e inteligentes de Harvard, que eran también fiesteros acérrimos. En el verano de 1964, tras recibir una herencia que supuestamente le habría reportado diez mil dólares mensuales, se mudó a Nueva York, donde inició una inconstante carrera como modelo.

«Era encantadora. Sugería primavera y frescura —decía Diana Vreeland, recientemente a cargo de *Vogue* por aquel entonces—. Pero si eres una modelo como Dios manda, vas al gimnasio antes del trabajo y tienes un solo novio, que te invita a cenar. Te acuestas temprano. No haces tonterías. Nunca verás a una en un club nocturno. Edie no era así».

Warhol decía que había conocido a Sedgwick a mediados de invierno, cuando ella y sus harvardianos aparecieron en una fiesta en el céntrico ático de Lester Persky, el hombre que había proporcionado los anuncios para la *Soap Opera* de la Factory.

«Fue en mi casa, en esa mesa de mármol, donde junté a ambos, Andy y Edie —contaba Persky—. Recuerdo que Andy tomó una bocanada de aire y, abriendo mucho los ojos como de costumbre, dijo: "¡Oh, es pre-cio-sa!". Estaba muy impresionado».

Warhol vio bailar a Sedgwick «una especie de rocanrol como si fuese ballet», estilo que había perfeccionado para una discoteca submarina de Bach y rock que andaban planeando sus amigos harvardianos. («Gente frustrada», los llamaba Persky). Por ese motivo —o, lo que es más probable, a pesar de ello—, Warhol les invitó a todos a acudir a la Factory al día siguiente, y ella y nuestro artista empezaron a verse de vez en cuando; él fue a visitarla al hospital después de uno de sus accidentes de coche. «Estaba escayolada desde los pies hasta el cuello; se había roto todas las costillas —contaba un comisario de arte amigo de Warhol—. Los médicos le dijeron a Edie que jamás podría volver a caminar. Tenía la cara cubierta de cicatrices y por eso empezó a ponerse ese extraño y pesado maquillaje: esas cejas espesas eran para ocultar las cicatrices de su frente». Una vez que Sedgwick fue capaz de caminar de nuevo —su recuperación parecía casi milagrosa; la vieron bailando escayolada—, Warhol no

pudo resistirse a ponerla delante de su cámara y rodar una serie de pruebas de pantalla que captan su asombrosa y etérea pero también bastante peculiar belleza. Sus ojos eran grandes como los del Príncipe Planeta y, cuando sonreía, un hoyuelo en una mejilla le animaba todo el rostro. «Te enamorabas de ella. Tanto daba que fueses hetero, homo o cualquier otra cosa. Daba igual, te enamorabas de ella», decía un habitual de la Factory. Otro la describía como una «persona fabulosa que brillaba desde el interior e irradiaba luz… una de esas hermosas y raras criaturas».

Tenía asimismo una profunda fragilidad que no podía ocultarse. En una de las bobinas de tres minutos de Warhol, sus ojos se llenan de lágrimas, presumiblemente al intentar no parpadear, pero resulta imposible no interpretarlas como fruto de las dificultades y profundamente arraigadas. «Tenía una voz grave y ronca que siempre sonaba como si hubiera estado llorando», decía un espectador. A menudo lo había estado haciendo. «Era tan bella, tan indefensa, tan rica y tan chiflada…», recordaba su amigo Danny Fields. Sedgwick combinaba el brío extravagante y aristocrático de Katharine Hepburn en *La fiera de mi niña* con el atractivo del personaje de Laura como un ave herida en *El zoo de cristal*.

Durante algún tiempo, Sedgwick vivió en el lujoso apartamento de su abuela en Park Avenue, volviendo loco al servicio con sus horarios intempestivos y sus huéspedes no anunciados. Sus gastos estaban fuera de control. Acumulaba cuentas enormes con las empresas de limusinas al tiempo que daba desproporcionadas propinas en efectivo a sus conductores. Encargaba caviar cuando estaba en casa y, cuando salía, frecuentaba los mejores restaurantes y más de moda, invitando a amigos y gorrones de toda índole. «Yo tenía la impresión de que estábamos redistribuyendo la riqueza», decía Fields.

El músico John Cale, que entró en escena a principios de 1966, cuando Sedgwick estaba saliendo de aquella, recordaba todavía los días en la Factory sin nada más nutritivo que batidos y comida basura, y luego cena para todos por cuenta de la modelo en su restaurante favorito, «y, GUAU, bistecs, hamburguesas, postre. Todo el mundo pedía un postre que nadie comía, excepto Edie. Ella se comía el postre de todos. Estaba delgada como un palillo, pero comía como un caballo».

Cuando Sedgwick se mudó para vivir por su cuenta, decoró su pequeño apartamento con un rinoceronte disecado llamado Wallow, así como con otros objetos sofisticados y excéntricos. «Edie tenía el aura que tenía porque ejercía una especie de influencia; no tenía dinero, tenía la ilusión de tener dinero», recordaba Malanga. A pesar de sus encantos bohemios, figuraba verdaderamente en el registro de la alta sociedad, en los días en que eso era algo más que una metáfora

del estatus social.

Menos de un año después de recibir su herencia, ya se estaba agotando y su padre le asignó una pensión exigua —exigua para Edie — de quinientos dólares mensuales. «Ella se quejaba del dinero, decía que no estaba viviendo demasiado bien. Mientras tanto, bebíamos Château Margaux», decía un fotógrafo de su pandilla. Consumía también todo tipo de drogas, desde los barbitúricos que habían empezado a administrarle sus médicos durante la adolescencia hasta el ácido que sus amigos harvardianos guardaban en la nevera; un servicial doctor neoyorquino le inyectaba con regularidad «vitaminas» mezcladas con *speed*.

Estatus social, riqueza, excentricidad, consumo de drogas: no es de extrañar que Warhol adoptara a Sedgwick como el último tema para su arte. Era la mezcla perfecta entre Jane Holzer y los Hombres A. Cualquier película en la que la incluyera se escribía casi por sí sola.

«Edie era increíble ante la cámara, simplemente por su manera de moverse. —Tal era la opinión warholiana oficial sobre la nueva estrella de la Factory—. Era pura energía; no sabía qué hacer con ella cuando se trataba de vivir la vida, pero era algo maravilloso para el cine. Las grandes estrellas son aquellas que hacen algo digno de contemplarse en todo momento, aunque sea un simple movimiento ocular».

La primera aparición de Sedgwick en una película importante de Warhol llegó a mediados de abril, cuando este estaba rodando la versión de Ron Tavel de una escena de tortura de *La naranja mecánica*, de Anthony Burgess, cuyos derechos no había podido comprar nuestro artista por falta de fondos. «El caso era que, si hubiésemos utilizado el título *La naranja mecánica*, nos habrían demandado —recordaba Malanga, que había propuesto la idea de la adaptación—. Íbamos a llamarla *Leather*», por todo el atuendo de *bondage* que se exhibía, «pero a Andy no le gustaba ese nombre. Dijo: "Llamémosla *Vinyl*, porque suena más a plástico"».

Malanga interpretaba el papel de delincuente juvenil del guion; su principal tarea consistía en ser drogado y torturado por las fuerzas del orden, encarnadas por algunos de los residentes más ominosos de la Factory. Sedgwick no tenía ningún papel, al menos en la película escrita, hasta que Warhol decidió darle uno en el último momento.

«Yo me cabreé porque no había ningún papel para una chica en la película —recordaba Malanga—. Le dije: "¿Para qué quieres incluir una chica?". Pero Andy quería que apareciese. Andy tenía su idea. Dijo: "Oh, ella no hablará. No estorbará. La meteremos como decoración"». Y eso fue básicamente lo que hizo Warhol: sentar a Sedgwick, con su cardado castaño recién veteado de plata, sobre un baúl plateado y decirle que contemplara la acción como una

observadora silenciosa; en ese papel, como una suerte de sustituta de nuestro artista, logró acaparar la atención. Malanga y sus otros compañeros de reparto reconocieron su sorprendente carisma tan pronto como la película regresó del laboratorio.

Aquello bastó para garantizarle un nuevo filme que la conduciría al estrellato, concebido específicamente para ella y que comenzaron en cuestión de días bajo el título sumamente apropiado de *Poor Little Rich Girl*. A lo largo de dos bobinas de película sonora de treinta y tres minutos, Warhol captaba a Sedgwick en su lujoso piso, despertándose a las cuatro de la tarde. Tras quitarse el camisón, el sujetador y las bragas, procede a colocarse con hierba. Chuck Wein, uno de sus «amigos» de Harvard que ayudó a crear la película, permanece fuera de cámara, haciéndole preguntas claramente destinadas a recalcar lo colocada que está. Es la primera vez que tenemos la fuerte impresión de que la observación neutral de Warhol tiene una cara cruel, que inició con sus *Sopas Campbell's* y luego afiló con su *Muerte y desastres*. Cuando un visitante de la Factory lo acusó de hacer películas «inhumanas», nuestro artista replicó: «Se supone que son sencillamente muy reales. […] No se oculta nada. Todo tiene cabida». Pero Warhol también era aterrador, consciente casi con crueldad de que la realidad que se había propuesto documentar había sido en parte construida por él. «Edie era la mejor, la más grande. Nunca entendió lo que yo estaba haciendo con ella».

Geldzahler explicaba que, cuando llegó la hora de que Warhol filmase a Sedgwick, «lo que hizo fue ayudarlo, desde su punto de vista, a ser más Edie, a fin de que, cuando eso apareciese ante la cámara, quedara al alcance de todos. […] Él la trataba como tratan los directores a las personas. Si tenía que ser malo para sacar de ella la interpretación, era malo. Si tenía que ser meloso, era meloso. No tenía tan en cuenta los sentimientos de los demás como lo que iba a aparecer en el celuloide». No obstante, en *Poor Little Rich Girl* hay también un sentido en el que Sedgwick sale victoriosa, pues nada de lo que Wein o Warhol puedan hacer logra menoscabar su belleza y su encanto, aun cuando se hayan revelado cruelmente su mente y su psique dañadas. La película consigue una extraña combinación de lo adorable y lo trágico, como ver a Thomas la Locomotora descarrilar.

Jonas Mekas reseñó la película justo después de su primera proyección, diciendo que superaba todos los demás intentos de *cinéma vérité* y describiéndola como «obra que es bella, triste, espontánea, y dice más sobre la vida de la chica rica hoy en día de lo que puedan contar diez volúmenes de libros». O, en palabras del propio Warhol: «Tiene tantos problemas que sencillamente no dejan de aflorar. Uno nuevo cada minuto». Otra película hecha para que Sedgwick se luciera, titulada *Kitchen*, la mostraba en semejante estado de confusión

mental al enfrentarse a las exigencias de un guion deslavazado que Norman Mailer decía que era «casi insoportable de ver», pero quizá también «la mejor película que se ha hecho sobre el siglo XX», un espejo en el que se reflejan sus disfunciones más profundas.

En lugar de tornar a Sedgwick menos atractiva a ojos de Warhol, sus encantadoras incapacidades la convertían en una mujer trofeo casi obligatoria. «Ambos eran de esas personas glamurosas, frágiles y pálidas, pero Andy siempre se había considerado poco atractivo, y el hecho de estar con Edie suponía ser Edie por un tiempo», decía Geldzahler. Billy Name creía que la llegada de Sedgwick y su pandilla «nos separó de algún modo a Andy y a mí, porque ellos dos se hicieron uña y carne». Merece la pena señalar que, como interés «amoroso» para Warhol, la modelo era todo lo masculina que podía llegar a ser una belleza.

Sedgwick no podía haber aparecido en un momento más propicio, pues Warhol acababa de sufrir un revés en su eterna búsqueda de reconocimiento. La estrella de la fotografía Richard Avedon, ese viejo rival de nuestro artista, había participado como editor invitado de todo el número de abril de *Harper's Bazaar*, cuyos temas eran «qué está pasando» y «lo menos *beat* del momento». Eso requería obviamente guiños constantes al pop, pero, aparte de utilizar el estilo característico de Warhol del fotomatón en la página de colaboradores —en la cual no mencionó el «préstamo»—, Avedon le había dejado fuera del número. Había una cobertura a toda página de Rauschenberg, Johns, Lichtenstein y Oldenburg, además de Henry Geldzahler, pero nada similar referido a Warhol. Increíblemente, el reportaje de Tom Wolfe sobre el nuevo «paria chic» neoyorquino se las había arreglado para ignorar a Warhol y su Factory, llena de los parias más chics de la ciudad, aun cuando encontró espacio para Baby Jane Holzer y otros no parias que debían su cualidad chic a nuestro artista, como el propio Wolfe había mencionado tan solo unos meses antes. La revista enmarcaba el reportaje del escritor con fotografías de modelos en trajes espaciales plateados al estilo de la Factory; de nuevo, sin aludir a nuestro artista. Como la gota que colmaba el vaso, la ausencia total de Warhol en el análisis que hacía la revista del cine *underground* solo podía interpretarse como un desprecio deliberado para que todo el gremio lo viese.

Hermanarse con Sedgwick era para Warhol una manera de garantizar que no resultase fácil volver a ignorarlo.

Los periodistas empezaron a considerarlos unos fiesteros empedernidos e inseparables, y eso comenzó pocos días después del rodaje de *Poor Little Rich Girl.* En pocas semanas, la galería Sonnabend de París inauguraría una exposición de las *Flores* —que, a decir de Warhol, pretendía aprovechar el gusto francés por el impresionismo—

y por primera vez decidió hacer el viaje hasta allí, pero en esa ocasión con un séquito. Solicitó un nuevo pasaporte, que casi no llegó a tiempo; el retraso tal vez se debió a que se eliminase oficialmente, por primera vez, la «a» de Warhola. Consiguió que Castelli reservara vuelos para él y para Malanga, por supuesto, pero también para Sedgwick y Chuck Wein, por un coste de mil seiscientos dólares, tanto como ganó la galería incluso con las más grandes de las *Flores*. Warhol aseguraba que los cuatro vuelos eran una permuta por el pasaje de barco de vapor que Sonnabend le había prometido. La propia marchante le había pedido que llevase a alguna preciosidad —debió de haberse percatado de la sensación que había estado causando con Jane Holzer del brazo—, y Sedgwick le venía como anillo al dedo. Antes de conocer a Warhol, a la modelo apenas le habían dedicado un par de frases en las columnas de sociedad y moda, que a menudo se preocupaban más de su indumentaria que de ella en sí. («Una chica nueva en la ciudad, Edie Sedgwick, una escultora en ciernes, llegó en pijama de terciopelo estampado de leopardo»). Como un equipo, sin embargo, la pareja se granjeó más interés periodístico del que ambos habían logrado en solitario. Incluso su inminente viaje a París mereció un comentario en una crónica de sociedad.

Unos días antes de su partida, Lester Persky pidió prestada la Factory para despedir a lo grande al cuarteto antes de que se marcharan a París, bautizando modestamente el evento como la «Fiesta de las cincuenta personas más hermosas». Ese auspicioso nombre no parece haber contribuido a conseguir ninguna cobertura periodística, aunque sí acudió gente guapa: Tennessee Williams, Rudolf Nuréyev, que acababa de desertar, y sobre todo la tremendamente temperamental Judy Garland. La fiesta dio la primera señal, al menos desde el encuentro fallido de Warhol con Garbo en los años cincuenta, de que el artista buscaba a las estrellas de la pasada Edad Dorada de Hollywood, lo que se convertiría en una estrategia característica suya durante los setenta. Pero en su aproximación a esos ídolos de la gran pantalla siempre hubo al menos tanta distancia irónica y *campy* como deslumbrada adoración.

Persky y Warhol recordaban la presencia de Garland en la fiesta en una entrevista que concedieron una docena de años más tarde:

WARHOL: Fue la pelea más grande del mundo. ¡Judy Garland y Lester Persky peleando! Fue realmente increíble.

PERSKY: Ella no dejaba de decir: «¿Por qué no actúo alguna vez en una de las obras de Tennessee?». Y yo le contesté: «Bueno, lo gracioso es que él no cree que sepas actuar». Se lo dije en broma, pero ella jamás me perdonó por aquello.

Ella vivía en el número 13 de Sutton Place, en la casa con la puerta roja de Miriam Hopkins. La recogí allí, y una hora después seguía diciéndole: «Judy, ¿no crees que es mejor que vayamos?». Y ella decía: «No, no, allí no habrá nadie». Y yo replicaba: «Pero yo soy el anfitrión de esa fiesta, tengo que estar ahí». Así que

finalmente salimos por la puerta; yo levantaba la mano a los taxis y su novio les hacía señas para que siguieran adelante. Dijo: «La señorita Garland lleva veinte años sin utilizar el transporte público». Y yo repuse: «No estoy sugiriendo un autobús sino un taxi». Dije: «¡Caminemos, pues!». Solo eran ocho manzanas. Ella telefoneó al Bronx y consiguió un taxi de algún servicio de limusinas destartaladas que solía trabajar para MGM, y llegamos tardísimo.
WARHOL: Pero recuerda que entró acompañada por unos cinco chicos y nadie les prestó la más mínima atención.
PERSKY: Es difícil ignorar a Judy Garland, te lo aseguro.
WARHOL: Fue muy triste.

Otro de los asistentes a la fiesta recordaba a una Judy Garland «totalmente colocada» que llevó la pelea hasta el propio Williams. «Que te jodan, Tennessee, ¿cómo te atreves a decir que no sé actuar? —chillaba la menuda actriz—. Tienes que escribir algo para mí… Sabes de sobra que tengo mucho talento».

Jonas Mekas también estaba allí, y la entrada de su diario hace que la situación parezca casi un montaje orquestado para subrayar el nuevo estatus de lo *underground* en el centro de la cultura: «Era triste ver a Montgomery Clift, Judy Garland y unos pocos más de la panda de Hollywood, todos ellos buena gente, pero tristes y solitarios en la Factory. Desaparecieron entre las nuevas "estrellas" *underground* en el loft de Andy. Estaban a un lado; nadie quería siquiera hablar con ellos». Billy Name hacía de barman, mezclando los cócteles favoritos de Garland (aseguraba que la gente de la Factory no bebía) y actuando asimismo como DJ con el estéreo recién plateado, pinchando sin cesar Motown y rock. Nuréyev, que parecía colocado, estaba inspirado y quiso enseñar a Garland a bailar el frug, pero la actuación de ambos fue cuidadosamente ignorada por los tipos molones de la noche. «Todos se negaban a reconocerla. Se negaban sin más —recordaba Ondine—. Toda la fiesta estaba dominada por las drogas y la nueva clase de celebridades».

Warhol permanecía a un lado asimilando con frialdad la «sórdida» escena, contaba uno de sus invitados, mientras el maltrecho papel de aluminio y los espejos rotos reflejaban «imágenes de adictos al *speed* moviéndose nerviosamente entre el gentío y una pareja de sexo indeterminado follaba en el sofá rojo».

«Andy Warhol causa un alboroto en París». Ese era el titular que encabeza un extenso artículo del *International Herald Tribune* de mediados de mayo, unos días después de nuestro artista apareciera en la inauguración de su exposición de los cuadros de *Flores*; docenas y docenas de ellos, incluso en más tamaños y colores que los que había colgado la Castelli. El artículo lo firmaba John Ashbery, que hablaba de las multitudes de parisinos atraídos por la inauguración y de cómo

su amigo y el arte pop estaban «causando el mayor alboroto transatlántico desde que Oscar Wilde llevara la cultura a Búfalo a finales del siglo XIX». La admiración era mutua. A propósito de la capital francesa, Warhol había llegado a sentirse «momentáneamente animado», a decir de Ashbery, y había abandonado su pose lacónica: «He viajado por todo el mundo, incluso hasta Katmandú, pero nunca había querido visitar París. Ahora odio marcharme. Todo es hermoso, la comida es deliciosa y los propios franceses son estupendos. No les importa nada. Son completamente indiferentes». Es probable que aquel viaje fuera el origen del notable gusto de Warhol por el *foie-gras*.

Durante los diez días entre su llegada y la exposición, tanto nuestro artista como sus acompañantes se habían dedicado a conquistar la capital francesa, gracias al buen número de personas que les presentaron Sonnabend y otras figuras importantes. Se habían fotografiado en una cama de hotel llena de pieles como si fueran un cuarteto, con Sedgwick con un vaporoso picardías, Wein con el torso desnudo bajo un chaleco de cuero de motero y Malanga acariciando a ambos y a Warhol, por supuesto, que aparece completamente vestido. (Aunque en otra fotografía tomada en otra habitación solo lleva puesta una camisa desabotonada, mientras un Malanga desnudo por completo aparece tumbado a su lado. Por la misma época, el poeta envió una nota a Julia Warhola que rezaba: «Querida señora Warhol. Andy me ha pedido que le escriba unas líneas para decirle que todo va bien. Yo le estoy cuidando. Con cariño, Gerard»). Un día Warhol estuvo consumiendo Seconal, un potente sedante, para disgusto de Malanga, aunque en otra ocasión Gerard y unos amigos estuvieron fumándose una barra de hachís tan grande que apenas sentía los labios cuando apareció en el recital poético que Sonnabend había organizado para él en su galería.

Cuando una joven estrella del rock llamada Stash de Rola se encontró con ellos en el famoso Café de Flore de la orilla izquierda del Sena, no tenía ni idea de quiénes eran, pero se sintió atraído al instante por la asombrosa belleza y el carisma de Sedgwick, de quien seguía claramente medio enamorado cincuenta años después: «Tenía un encanto, una curiosidad y una franqueza extraordinarios». Y en París, al menos, y a los ojos del roquero, no había ni rastro de sus profundidades más oscuras.

De Rola también hizo buenas migas con Warhol, tras una conversación en la que ambos coincidieron en una interpretación dadaísta y radical de las *Flores* como infantiles, mecánicas y básicamente cómicas. (Nuestro artista aún no se hacía el mudo, decía De Rola, por lo que pudieron tener un auténtico intercambio de impresiones).

«Yo era un chico guapo, así que ellos estaban encantados con mi

compañía», recordaba el roquero. Fue, en efecto, uno de los primeros y más extravagantes dandis de los sesenta, además de ser un príncipe de verdad, así como el hijo del eminente y extraño pintor conocido como Balthus, lo cual le convertía en aristócrata por partida doble a ojos de Warhol. Llegó a ser un habitual en sus paseos parisinos. En una fiesta dada por un intelectual francés que había escrito sobre nuestro artista para Sonnabend, De Rola hipnotizó a Sedgwick (cuesta pensar en un sujeto más susceptible a ello) y Warhol quedó asombrado: «Andy dijo: "Tienes que venir a Nueva York y hacerlo en una película, y te daré una pared llena de *Flores*"». El viaje nunca tuvo lugar y las *Flores* nunca cambiaron de manos.

De Rola se encontraba de nuevo con el cuarteto cuando un joven aspirante a fotógrafo les pidió que posasen para su *portfolio* en un nuevo y exclusivo club nocturno, y se presentaron con un montón de conejos blancos y conejillos de Indias. (Nadie de los presentes recuerda cómo ni por qué fueron adquiridas las mascotas). «Le tout Paris» se amontonó en la pista de baile del club para charlar con ellos mientras posaban, incluidas Catherine Deneuve y su hermana, así como Régine, la cantante y promotora teatral a quien se le había ocurrido la idea de la discoteca. Hubo una importante primera aparición en esas fotos: las mallas negras de Sedgwick, que vestía sin nada más que un jersey; esta imagen pasó a definirla, luciendo «las mejores piernas de baile desde Betty Grable», a decir de un periodista, y «haciendo más que nadie por las mallas negras desde Hamlet», según otro.

Sedgwick afirmaba que su atuendo característico le había venido impuesto por la pobreza, pero, a juicio de Warhol, demostraba que era la verdadera inventora de la minifalda. Estaba equivocado. Las minifaldas habían irrumpido unos meses antes tanto en París como en Londres; la modelo vestía simplemente a la última moda. Un viejo amigo de Harvard que volvió a encontrarse con ella en la ciudad francesa quedó asombrado de la transformación de su estilo, de pija a «prostituta venida de Marte».

Tras dos semanas en París, los cuatro warholianos fueron a Tánger, donde Chuck Wein había pasado algún tiempo. Aquella ciudad era célebre por ser el delirante hogar del *beatnik* William Burroughs, a quien Warhol había visto leer en una fiesta repleta de estrellas que se celebró en un loft justo antes de que el cuarteto partiera hacia París. La ciudad marroquí también era conocida por sus interminables oleadas de exóticos chicos de alquiler. Pero todo aquello impresionó más a los compañeros de viaje de Warhol que a él mismo: «A mí me olía a pies y a mierda por todas partes, pero a ellos les parecía genial, y supongo que Chuck estaba interesado en todas las drogas que allí había, así que era un lugar horrible. […] Yo no acertaba a imaginar

por qué a todos les gustaba tanto». Pasaron allí cuatro días enteros y después estuvieron otros cinco en Londres. Los cuatro magníficos pasaron inadvertidos para la prensa británica (el arte de Warhol apenas se había exhibido allí), pero consiguieron posar para David Bailey, el fotógrafo de primera que les retrató con la misma pose de banda de rock que había utilizado para una portada de los Rolling Stones.

Tras pasar fuera tres semanas enteras, el moderno cuarteto de Warhol regresó por fin a Nueva York. Sedgwick pasó por la aduana sin problema. Cuando inspeccionaron por separado a nuestro artista y a Malanga, este vio a su jefe sacarse del bolsillo un montón de píldoras, que el susodicho describiría más tarde como «unas vitaminas».

Aunque Ron Tavel escribió numerosos guiones para Warhol, el más revelador de sus proyectos conjuntos fue asimismo el menos guionizado. Para *Suicide*, filmado a principios de marzo de 1965, apuntó simplemente con su cámara a las muñecas de un joven depresivo, llenas de cicatrices, que contaba la historia de cada una de sus tentativas de muerte. Cabría decir que se trata de una versión sonora de las «Pruebas de pantalla» mudas, en esta ocasión con el objetivo de retratar tanto una psique como un rostro. O quizá, como decía Tavel, era una actualización a imágenes en movimiento del cuadro más desgarrador de la serie *Muerte y desastres*, en el que aparecían saltadores congelados a mitad de caída. Más importante es que el filme revele una vez más que el auténtico tema de todas las películas sonoras de Warhol eran los límites y las excentricidades de sus amigos íntimos y sus acólitos. Todo cuanto tenía que hacer era encender su cámara y grabarlos. Se había equivocado al imaginar que sus nuevas películas sonoras necesitarían un diálogo escrito; la tarea principal de los guiones de Tavel consistía en presentar a los bichos raros de la Factory como estrellas.

Este papel protagonista de los desvalidos había comenzado ya en 1963, en Los Ángeles, cuando Naomi Levine había interpretado a la Jane de Tarzán y Warhol la había descrito como «la reina de las películas *underground*». Continuó unos años después con Jane Holzer, a quien Tom Wolfe había declarado la chica del año, de un modo más bien irónico, y que posteriormente sería reemplazada por Edie Sedgwick en ese pseudopapel, tanto en la Factory como en la prensa. Billy Name recordaba que Levine estaba tan indignada por haber sido destituida (dos veces) que montó una escena en el estudio un día en que Sedgwick estaba a punto de ser fotografiada para *Vogue*:

> Entró y dijo: «¡Que os den por culo a todos! Quiero que todos sepáis que yo fui la primera chica del año» —y, en efecto, había sido la primera chica del año, pero

durante un tiempo breve y protagonizando las películas de Andy—, «¡Yo fui la primera chica!». Empezó a derribar los decorados y tuve que agarrarla y arrastrarla hasta la puerta del pasillo y abofetearla, como se ve en las películas. Y le dije: «¡Despierta! No eres la chica del año».

A Levine no le faltaba razón. Ser la «reina» de Warhol, mujer u hombre, significaba estar ahí, en el corazón de su arte, tanto como lo habían estado una vez la *Sopa Campbell's*, *Marilyn* o *Elvis*.

The New York Times escribió un artículo entero sobre el reemplazo de Holzer por Sedgwick. «Edie aparece como nueva superestrella», rezaba el titular, confiriendo a la modelo el privilegio real de ser mencionada por su nombre propio, como Elizabeth o Victoria, al tiempo que le otorgaba el nuevo título honorífico warholiano de superestrella, el más codiciado en el *underground* de aquella época.

El término no había sido acuñado por Warhol, como se ha sostenido con frecuencia, y ni siquiera se originó con Jack Smith, según el mito común abrazado incluso por nuestro artista. Ya a comienzos del siglo XX se hablaba de cómo los fanáticos de la ópera, los predecesores de Warhol, empleaban el término «superestrella» para describir a sus cantantes favoritos, y después la palabra sobrevivió durante décadas, especialmente en los deportes pero también en el mundo del entretenimiento. El libro francés de teoría cinematográfica que Warhol poseía había descrito a Marilyn como una superestrella antes de que él usara el término. Mereciera la actriz el título o no, este se aplicaba sobre todo a astros menores por parte de la máquina publicitaria de Hollywood, adicta a una retórica sobrecalentada y sobreexcitada. (Las verdaderas estrellas normalmente no necesitan ser sobredimensionadas). Warhol se estaba aferrando a esa hipérbole. Incluso Holzer y Sedgwick apenas eran más que maravillas de un año, «estrellas» comunes y corrientes a lo sumo. Las otras figuras de las películas de nuestro artista, incluso cuando poseían el talento excéntrico de un Taylor Mead o un Ondine, ocupaban un rincón lejano del *underground*, lo cual significaba que su celebridad jamás podría haber despegado en realidad. Algunas de ellas apenas tenían ningún talento; su mayor gloria era el hecho de que Warhol las hubiera puesto delante de su cámara, lo cual bastaba para valerles el título. Nuestro artista las consideraba intercambiables: «Si una de nuestras estrellas no aparece, la sustituimos por otra persona». En la primavera de 1965, estaba preparado al fin para exhibirlas en público como el último producto de marca elaborado en la cadena de montaje de la Factory. Organizó una proyección pública de una copia (expurgada) de *Couch*, la película rodada un año atrás que constituía uno de los primeros documentos de la colección de bichos raros y tipos extravagantes de su estudio.

Como señaló un crítico de arte amigo suyo, Warhol había añadido

de esa guisa la categoría de «persona encontrada» a la vieja noción dadaísta del objeto encontrado y el *ready-made*, lo cual significaba que cualquiera de sus superestrellas tenía algo en común con el urinario de Duchamp. Warhol se estaba deleitando con lo absurda que era la disparidad entre la verdadera identidad de sus seguidores y el título que él les daba, que era la misma absurdidad que había permitido que una lata de sopa llegara a ser arte elevado. Al parecer, el término «superestrella» se habría utilizado por primera vez en la cobertura masiva que Warhol había recibido por una fotografía en *Newsweek* de Mario Montez interpretando a Jean Harlow, un papel que era claramente una sátira del estrellato y de nuestras aspiraciones a él. Un observador describió el estudio de Warhol como «la nueva fábrica de sueños que sustituía a Hollywood». Pero sus nuevos sueños, como la mayoría de ellos, estaban forjados sobre ilusiones.

La Factory tenía una vertiente trágica que hundía sus raíces en el hecho de que casi todas sus superestrellas, por muy ineptas que fueran, consideraban real su título honorífico dadá. Puede que Warhol no merezca toda la culpa con la que carga por la infelicidad de algunos de sus seguidores, pero ciertamente debería haber reconocido los peligros de atizar el ego humano: un fuego que, una vez encendido, solo la muerte puede apagar.

No es que Warhol distribuyese el estrellato al azar, a cualquiera que se presentara, tan solo para demostrar que podía. El estrellato de la Factory no consistía, al menos no exclusivamente, en probar que los juicios que emite nuestra cultura acerca del talento y el valor son en esencia arbitrarios. (Aunque el pop art de Warhol, con sus toques de relativismo posmoderno, sin duda había estado dispuesto a llegar a ese extremo). Nuestro artista dirigía sobre todo el objetivo de la Auricon a personas que destacaban entre la multitud de una u otra forma, si bien no del modo que un público convencional criado en Hollywood habría reconocido o aprobado.

Como decía Geldzahler: «Siempre escoge a las personas porque tienen alguna clase asombrosa de llama esencial… de personalidad, que él saca a relucir para los propósitos de las películas. Y nunca coge a nadie que no posea nada para convertirlo en algo». El chico de Harvard Chuck Wein, que desplazó gradualmente a Tavel como el metomentodo principal de los sets de filmación de Warhol, hablaba del nuevo cine del *reel-real* de la Factory, lo cual significaba «que la bobina está creando la realidad. Los actores no pueden ser separados de sus vidas».

El mero hecho de ser calificado de superestrella podía exagerar cualesquiera cualidades que poseyera ya un warholiano listas para ser grabadas. La vena cáustica de Ondine florecía bajo el aliento recibido por la cámara de nuestro artista (y por el *speed*). Sedgwick se volvía

cada vez más clásica y peligrosamente «Edieficada» durante su relación con Warhol y su prensa. Su pelo cardado cedió el paso a un corte *pixie*, su vestuario de alta costura fue reemplazado por sus características mallas y camisa, y perdió tanta grasa que, con una estatura de 1,67 metros, llegó a pesar apenas cuarenta y cinco kilos. Era como si se estuviese presentando deliberadamente como la anti Baby Jane, que había sido célebre por vestir la última moda, por su pelo largo y su clásico atractivo sexual.

Desde el primer momento, decía Geldzahler, Warhol había dirigido la interpretación viviente de Sedgwick: «Estaba realmente interesado en su forma de vestir, su aspecto y su manera de maquillarse. Ella era una de las imágenes de su ego». La transformación de la modelo aquel verano de 1965 debió de constituir una especie de identificación mutua. Su complexión, cada vez más masculina y más baja, y su pelo, cada vez más plateado, tenían que ver con una warholización de su aspecto cada vez más patente, a fin de que la prensa viera que ella y su creador eran uno, como de hecho sucedió. Warhol estaba feliz de armonizar con ella. Su peluca parecía crecer para hacer juego con el pelo corto de Edie; sus camisetas y vaqueros se ajustaban hasta imitar los tops y las mallas de la modelo; y cuando estaba ante la cámara para un documental, nuestro artista zapateaba con sus botas de tacón alto y se pintaba las uñas, quizá por primera vez desde que se vistiera de marica en la universidad.

Betsey Johnson, la diseñadora de moda y una habitual de la Factory, describía a Sedgwick como «el comienzo mismo de todo el viaje unisex», lo que se debía en parte al hecho de que Warhol estuviera viajando a su lado. En cierta ocasión aseguró que era él quien estaba copiándole el cabello plateado, y no viceversa, «pues quería parecerme a Edie porque siempre quise ser una chica». Incluso empezó a imitar un pequeño tic que tenía Sedgwick: cuando esta se sentía en un aprieto se quedaba como boquiabierta. ¿O había sido él el primero en adoptar el tic? (¿O tal vez ambos lo cogieron de un tímido novio de Warhol que lo había exhibido ya en su «Prueba de pantalla»?).

Unas semanas después de regresar de su viaje europeo, Warhol y Sedgwick habían incorporado una camiseta de rayas marineras como parte de su nuevo uniforme sin género. El primero que lució ese aspecto de bretón en la Factory fue el bailarín radical y crítico Jill Johnston, en su actuación ante la cámara de Warhol justo después de la primera fiesta que se hizo en el estudio, en abril de 1964. (La cineasta experimental Barbara Rubin adoptaría las rayas marineras el otoño siguiente). El estilo reapareció con Malanga en París, en fotos de los cuatro viajeros en su cama compartida. La camiseta de rayas no tardó en volverse casi obligatoria entre los compañeros más cercanos

de Warhol. Un columnista vio que el artista lucía una incluso bajo una vestimenta formal.

Esas rayas bretonas tenían profundas raíces, primero en Francia como atuendo oficial de la bohemia de la orilla izquierda del Sena y luego en Estados Unidos como su eco *beatnik*, dando un rodeo por la cultura de las bandas de moteros. (Warhol y Malanga serigrafiaron una instantánea de Marlon Brando en *Salvaje*, lo cual significaba que conocían la famosa camiseta de rayas que vestía Lee Marvin en su papel de motero rival de Brando).

Una vez que esas mismas rayas se trasladaron a la Factory, y especialmente al torso de Warhol, pasaron a evocar un doble trasfondo más particular. En los años cincuenta, en el mundo del arte, la camiseta bretona se había convertido en el distintivo de Pablo Picasso, oficialmente el mejor pintor vivo y, por consiguiente, el supremo rival de nuestro artista: en 1962, este había acudido a ocho de las nueve exposiciones en un festival dedicado a Picasso, marcando cada visita en la lista del festival. «Me pregunto si Picasso habrá oído hablar alguna vez de nosotros», le comentó a un periodista un mes o dos antes de adoptar el uniforme del español. Sin duda debió de irritarlo el hecho de que, en 1966, Picasso ganase un concurso en que se elegía al «mejor pintor vivo» por una mayoría aplastante y Warhol no consiguiera ni un solo voto, aunque los críticos y las personalidades de la cultura congregados allí habían nominado a un total de casi doscientos artistas.

Pero la camiseta de rayas de Warhol apuntaba asimismo a un precedente más reciente y con tanto valor cultural como Picasso. Cuando la película *Al final de la escapada*, de Jean-Luc Godard, amerizó en Nueva York a principios de 1961, las rayas marineras eran una presencia constante en el vestuario de Jean Seberg, quien, con su aire de chico con pelo corto, sería el modelo evidente que tomaría la propia Sedgwick cuatro años más tarde. (La relación de Warhol con Seberg se remontaba a mediados de 1963, cuando esta fue fotografiada en su parque de bomberos. En cierta ocasión, él refirió con elocuencia lo mucho que le había gustado Godard, al menos hasta que su «asunto de las comunas» había tornado sus películas «increíblemente sensibleras»).

Pablo Picasso como marimacho: no era una mala descripción del nuevo personaje artístico transgresor de género de Warhol. Asimismo, no envejecía: «Artículos de coleccionista para el público juvenil» era como se habían descrito las camisetas de rayas en un reportaje de moda a doble página en un número de 1964 de *The New York Times Magazine*, que Warhol no podía haber ignorado, puesto que también incluía un importante artículo dedicado al pop con una imagen de sus *Sopas*.

En agosto de 1965, cuando *Vogue* decidió actualizar la panorámica del «terremoto juvenil» que había publicado el invierno anterior, se sintió obligada a añadir al recuento a Sedgwick, así como a los pintores de moda Larry Poons y Frank Stella. A Warhol no debió de sentarle nada bien que se lo excluyera de esos artículos por su edad, pero tal vez le bastase con verse allí en la cobertura de Sedgwick: «Con el artista pop Andy Warhol ante la cámara, los *undergrounds* se extienden como las crepes».

El mismo mes en que Sedgwick se sumó al terremoto juvenil de *Vogue*, Warhol le dio un papel estelar en una película en solitario que llegó a conocerse como *Outer and Inner Space*. (El título era un guiño para iniciados a *Inner and Outer Space*, un cortometraje de 1960 del pionero de la animación Robert Breer, justamente la clase de vanguardista del centro de la ciudad al que Warhol siempre quería impresionar y superar). Pero ni «película» ni «en solitario» son términos lo bastante precisos para definir lo que nuestro artista ideó para Sedgwick. Esta se presenta de hecho como su propia doble, dirigiéndose a una imagen de sí misma que no aparece en la película sino en cinta de vídeo. Los editores de *Tape Recording Magazine* habían permitido (más o menos) a Warhol tomar prestado uno de los videograbadores portátiles recién inventados, a fin de poder entrevistarlo luego sobre el uso que le había dado. «Éramos hijos de la tecnología —recordaba Billy Name—. Era como si alguien nos hubiese conseguido un par de zapatos nuevos». Aunque un testigo contaba que el equipo era tan rudimentario que apenas les servía; la obra maestra que Warhol creó con él resultó ser la primera creación de videoarte, hecha tan solo unas semanas antes de la primera de Nam June Paik, normalmente considerado el pionero. Nuestro artista siempre había sido un tecnófilo en secreto, manteniéndose al tanto de lo último en cámaras y estéreos, pero *Outer and Inner Space* es la primera ocasión en la que mostró en su arte su gusto por la tecnología, una importante tendencia de los años sesenta en la que haría sus incursiones durante el resto de su vida.

Como todo el arte realmente bueno basado en la tecnología, *Space* trata más bien de lo que Warhol puede hacer con el grabador que de la máquina misma. La nueva tecnología le permitió introducir a Sedgwick en una especie de sala de los espejos televisiva. Realizó filmaciones en dieciséis milímetros de la imagen videograbada de la modelo al tiempo que se proyectaba en un televisor, y de Sedgwick viéndose a sí misma mientras aparecía en esa pantalla, y también de la muchacha sola, sin ninguna televisión a la vista, haciendo que su Edie actuase para su Auricon. La obra acabada se proyectó por duplicado en sendas pantallas de cine yuxtapuestas, con imágenes de vídeo y

película saltando entre ellas, de suerte que la película de Warhol, centrada por completo en Sedgwick, captase el narcisismo elevado al cubo. Brindaba asimismo la visión precisa de un artista realista acerca del ser profundamente fracturado de Edie, lo cual hacía que la obra en su conjunto representase la fractura que la caja tonta estaba produciendo en todo el mundo. Si este nuevo medio era el mensaje, entonces estaba asegurado que el mensaje se haría astillas.

En su entrevista para *Tape Recording Magazine*, Warhol hablaba maravillas de cómo el nuevo aparato le hacía sentirse como Alicia en la madriguera del conejo (Lewis Carroll era un héroe de la vanguardia de los sesenta y a nuestro artista siempre le encantaba citarlo). «Es muy escalofriante —decía Warhol—. El videograbador es tan fácil de usar que cualquiera puede hacerlo. […] Creo en la televisión. Va a tomar el relevo del cine». Hablaba de que el vídeo sería con seguridad el nuevo medio principal para espiar a la gente y para el porno casero (ambas predicciones acertadas), pero por supuesto él prefería utilizarlo para el arte.

Cuando se publicó el número de *Tape Recording Magazine* en el otoño de 1965, su portada era un primer plano de Warhol con una camiseta de rayas. La foto principal en el artículo de portada mostraba a Sedgwick entre nuestro artista en persona y un autorretrato de él serigrafiado; su aspecto apenas permitía distinguirla de cualquiera de ambos. Resulta evidente que, para la revista, el arte que cultivaba Warhol y los temas que mostraban sus obras eran simplemente formas de conseguir un pedazo de sí mismo. Esa había llegado a ser la manera en la que funcionaba todo su mundo. Ninguna de las superestrellas de la Factory, incluida Sedgwick, se limitaban a aparecer en las películas y en la prensa como versiones *reel-real* de ellas mismas. En la cultura de las celebridades de los sesenta, funcionaban también como avatares de Warhol o, para ser más precisos en términos histórico-artísticos, como sus «atributos».

Sedgwick u Ondine lo representaban a la manera en que una rueda dentada identificaba a santa Catalina en un cuadro de los viejos maestros, o un buey representaba a san Lucas. Incluso cuando las superestrellas aparecían solas, se percibía la presencia de su creador grabada en ellas. Como ellas mismas descubrían al salir de la Factory, sus superestrellas perdían mucho de su peso cultural cuando dejaban de estar vinculadas al hombre que las había creado.

ANDY EL HERMOSO, un himno
Cantado con la melodía de America, the Beautiful

Qué hermoso el entrañable camp
del arte de Andy Warhol.

La sopa Campbell's y los estropajos Brillo
y cosas tan chics y elegantes.
Su majestad, su realeza,
lo han convertido en nuestra paloma blanca,
el príncipe, nuestro rey,
de ti cantamos,
nuestro amor al sagrado pop art. [12]

Esta era la canción enviada a Warhol en abril de 1965, en la página 5 de un boletín cubierto de flores titulado la *Andeeeeee MONTHLY (wee hope) GAZETTE*, creada por el club de fans de Andy Warhol de Nueva York. En la época de la inauguración de su exposición en París, nuestro artista se vanagloriaba felizmente de los cinco clubes de fans que tenía en su país, «tres en Nueva York, uno en Massachusetts, uno en Carolina del Sur. Se llaman "Fannies"». Warhol los alentaba enviando a sus miembros fotos suyas firmadas y obras menores de su arte, y les invitaba a visitar la Factory. Los Beatles y los Rolling Stones tenían clubes de fans. Warhol era el único artista plástico que los tenía.

Aquel verano de 1965 comenzó a formarse la idea de Warhol como una verdadera estrella de la cultura pop. Su día empezaba con una llamada al nuevo agente de prensa que había contratado, para comunicarle las noticias más nimias de la Factory con la esperanza de que apareciesen en los diarios. Gracias en parte a tales esfuerzos, se estaba convirtiendo en alguien menos conocido por lo que había logrado que por su propia «condición de conocido», como un pensador de los sesenta definía la nueva idea de celebridad de su época. «Suscita una intensa curiosidad y acaloradas discusiones —escribía un corresponsal local del *Village Voice*—. ¿Qué es lo que hace, se pregunta la gente, que le da tanta fama?».

Ya había indicios del estatus de celebridad de Warhol en aquel artículo del *Newsweek* de finales del año anterior. Aunque ciertos pasajes seguían pareciendo una crítica de arte, otros muchos eran más propios de una semblanza de su personalidad. Por primera vez, sugería que Warhol se merecía un artículo sobre un personaje que resultaba ser un artista, más que un artista que resultaba haber adoptado un personaje, que es como Picasso y Pollock habían aparecido básicamente en la prensa.

La idea misma del artista-celebridad era tan novedosa y tan irritante que al periódico inglés *The Guardian*, al otro lado del océano, le pareció digno de publicación un desmontaje completo del artículo del *Newsweek*. Concluía con un falso diálogo satírico entre un tal «Manly Borhol» y una crítica llamada «Susan Soundbag», que se come con los ojos a Borhol mientras se proclama «totalmente interesada en ti, cariño».

Incluso *Artforum*, una revista para los más entendidos en arte, concedía a Warhol algo próximo al tratamiento de una estrella de cine. En la portada de su número de diciembre de 1964 aparecía una cuadrícula de seis fotos idénticas del artista, impresas con la enorme pantalla punteada de *Los trece hombres más buscados*, lo cual podría parecer una práctica normal para una revista de arte, de no ser porque en su interior no había rastro alguno del arte de Warhol. En lugar de ello, los editores estaban utilizando a su recién descubierta celebridad para vender un artículo sobre las fotos convencionales de Dennis Hopper, una de cuyas instantáneas era la materia prima —pero nada más— con que los editores habían diseñado la falsa portada warholiana, claramente con la idea de que el rostro de Warhol atrapara a los lectores.

En el transcurso de 1965, Warhol fue mencionado en un artículo sobre comida, en otro sobre un peluquero y en otro sobre arte con goma. Un actor adoptó «Warhol» como apellido por pura admiración hacia el artista, algo que todavía ocurría entre los músicos de pop y rap cincuenta años después.

Warhol figuraba en numerosas columnas de chismes, que ahora se referían a él simplemente como Andy Warhol, sin el identificador de «artista pop» que antaño había sido necesario para poner al tanto a los lectores de quién era. Un reportaje de *The New York Times*, que a primera vista parecía tratar del rodaje de una película suya, resultó ser un artículo sobre lo que la gente de buena casta vestía para aparecer delante de su cámara. Incluso cuando *The Nation* se propuso publicar un artículo serio sobre Warhol como cineasta lo convirtió inevitablemente en una descripción de la vida en la Factory.

Los periódicos estadounidenses llegaron a considerar que merecía la pena cubrir el suceso que estalló al norte de la frontera cuando los agentes de aduanas canadienses se negaron a permitir que las *Cajas de Brillo* de Warhol entraran sin pagar impuestos, como esculturas, y solicitaron a la Galería Nacional de Canadá que respaldara su decisión. («Menuda tontería armar tanto alboroto con ese asunto»: esa fue la reacción de Warhol a la cobertura).

A finales de marzo, nuestro artista y Malanga cogieron el tren nocturno a Toronto para la exposición en la galería que había solicitado esas *Cajas*, que quería exhibirlas en la primera panorámica del pop de Warhol jamás organizada. «Un trayecto muy tedioso»: así recordaba Malanga el viaje porque, en lugar de pagar literas, su jefe decidió que hicieran todo el camino sentados en el vagón. (Ivan Karp fue lo suficientemente inteligente para reunirse con ellos en avión). En los dos días que Malanga decía que habían estado allí, la cobertura de los medios de comunicación canadienses fue completa. La CBC sacó a Warhol dos veces en televisión, incluido un programa en el que en

teoría debía almorzar y hablar, pero al final apenas abrió la boca. También intervinieron los periódicos, que enviaron a columnistas y críticos a la muestra panorámica, quejándose cuando Karp hablaba en nombre de Warhol. Un diario organizó incluso la visita a Nueva York de un joven Robert Fulford, posteriormente uno de los periodistas más famosos de Canadá, para que escribiera el primer reportaje a gran escala sobre Warhol, ahora olvidado por ser canadiense. El artículo incluía infinidad de detalles sobre la puesta en escena —los Rolling Stones sonando a todo volumen en el estéreo plateado; una columna plateada con la letra completa del tema musical de Miss América pegada a ella—, pero dejaba espacio asimismo para el discurso inusualmente inteligente y empático acerca del arte de Warhol.

Terminaba con un diálogo que Fulford, en un guiño, ofrecía como «la primera entrevista pop de la historia»:

> Señor Warhol, ¿cómo entró en el negocio de las artes plásticas?
> Era demasiado duro dedicarse al trabajo comercial. Esto es mucho más fácil.
> Señor Warhol, ¿a qué atribuye su éxito?
> Atribuyo mi éxito a mi marchante, Ivan Karp.
> ¿De veras sabe dibujar, quiero decir de verdad?
> No.
> ¿Cuánto dinero ganará este año?
> No lo sé, pero no tanto como cuando era artista comercial.

De regreso en Estados Unidos, aún tendrían que pasar varios meses antes de que Warhol causara al fin tanta sensación en la prensa; fue gracias a una fantasiosa semblanza publicada bajo el título «Superpop o una noche en la Factory» en la revista dominical del *New York Herald Tribune*. (El reportaje había sido encargado inicialmente por el conservador *Saturday Evening Post*, que se echó atrás cuando el periodista asignado volvió con su historia). El artículo comenzaba con una foto en color a toda plana de Warhol vestido con una camiseta de rayas rojas y blancas y tumbado en el sofá rojo de la Factory, con las paredes empapeladas de aluminio centelleando alrededor. El texto sacaba a relucir lo que ahora sabemos que son clichés sobre el artista, porque él mismo los estaba grabando a fuego en ese momento. Mencionaba su pelo, por entonces más plateado que rubio y finalmente expuesto como una peluca evidente; el tímido gesto de llevarse las manos a los labios, que pronto sería inmortalizado en su más famoso autorretrato, en que aparece como un joven naíf, y sus espeluznantes palabras sobre su deseo de filmar un suicidio. El cronista del *Tribune* ocupó la mayor parte de una página sin mencionar siquiera el arte de Warhol, e incluso entonces apenas le dedicó unas pocas líneas, tratándolo más como otro detalle incidental del mundillo de la Factory que como la razón de ser del artista.

A finales de año, Warhol se había granjeado un lugar tan destacado

en la atención del público que podía aparecer en un concurso de preguntas y respuestas del *Newsday*, el periódico de la clase media de Long Island. En él se hacían preguntas tales como: «¿A qué empresa se le encomienda la custodia de los sobres sellados que contienen los nombres de los ganadores de los Premios Oscar?» y «¿Qué expresión se asocia con Pedro Picapiedra?», y también «¿Quiénes son las tres superestrellas femeninas más famosas de las películas *underground* de Andy Warhol?».

No es de extrañar que 1965 fuese el primer año en que nuestro artista consiguió una entrada en la lista de *Who's Who in America*. Se había quitado tres años de su edad real y por primera vez aparece en letra impresa como el descendiente de los altisonantes «Von Warhol».

En regresión infinita.

25
1965

RIVALIDADES EN LA FACTORY | LOS RECIÉN LLEGADOS: PAUL MORRISSEY, BRIGID BERLIN, BIBBE HANSEN | DEMASIADAS FIESTAS | *MY HUSTLER* | DANNY WILLIAMS SE MUDA A CASA, DESPUÉS SE MARCHA

«El amor con Andy habría sido hermoso si Andy hubiera querido compartir mi experimento y verme, pero lo único que deseaba era darme de comer y presentarme a sus glamurosos amigos».

Un nido de víboras.
Un campo de batalla.
La corte del rey Sol.

Estos tópicos, ahora comunes, sobre la Factory cobraron vida en el verano de 1965, en torno a un mes después de que Philip Fagan se hubiese marchado indignado. Warhol había regresado de París y había visto que su nueva amiga Edie Sedgwick encontraba un lugar entre su séquito, junto con Chuck Wein y sus otros amigos harvardianos. Estos se juntaban y competían con la pandilla *underground*, que había llegado primero, cuyos miembros se veían a sí mismos como la aristocracia de la cultura radical, lo cual les confería el derecho a enseñorearse sobre los menos valerosos universitarios recién llegados. Los de Harvard estaban adiestrados para creerse la nobleza en cuanto clase, crianza y educación, lo cual les granjeaba el derecho a dominar prácticamente a todo el mundo. El conflicto era inevitable. Estaba garantizado, en cualquier caso, por el mero número de personas que se estaban incorporando al mundillo de la Factory y por el comportamiento en grupo de los primates humanos. Billy Name hablaba de la demencial competencia que surgía cuando todos los agentes importantes trataban de influir en la dirección creativa de la Factory, «y si alguien estaba ahí e interfería en nuestros planes, encontrábamos una forma de excluirlo».

Una entrevista con Warhol da una idea de la dinámica que condujo a la superpoblación de egos en la Factory:

WARHOL: En el estudio hay mucha actividad; siempre parece haber mucho ajetreo, pero en realidad no pasa nada. Suele haber muchos grupos diferentes que

parecen ocupar distintos rincones. Pero toda esa aparente ocupación en realidad no es tal.

ENTREVISTADOR: ¿Y la mayoría de la gente simplemente se deja caer por allí o tiene alguna ocupación?

WARHOL: Por lo general aparecen por allí y también llevan algún asunto entre manos. Pero siempre parecen muy ocupados.

ENTREVISTADOR: Muchas personas acuden ahora a usted y piden participar en sus películas, ¿no es cierto?

WARHOL: ¡Oh, sí, se presenta mucha gente! Y si son chicas suelen quitarse el abrigo y ponerse a dar vueltas, como si estuviesen en un *casting*.

ENTREVISTADOR: ¿Y tiene usted idea de para qué papel se presentan?

WARHOL: No, nunca tengo ni idea de para qué papel se presentan.

ENTREVISTADOR: Pero ¿descubre muchos talentos de esa manera?

WARHOL: Hummm..., bueno, yo creo que todo el mundo tiene talento, así que en realidad conmigo no tienen que presentarse a ningún *casting*. Depende sencillamente de quién haya por ahí, quién participe en la película, pero no andamos buscándoles.

ENTREVISTADOR: ¿Cómo encuentra a sus estrellas?

WARHOL: Bueno, las estrellas andan por ahí. Todos son estrellas.

Resulta evidente que Warhol se veía a sí mismo más como un observador que como un árbitro. ¿Y por qué no habría de ser así? No había tomado ninguna medida para asumir el papel de padre ni de mediador; esas personas habían aparecido sin más en su mundo y básicamente les dejaba hacer lo que se les antojase. Llamaba a sus jóvenes acólitos «las ardillas» y disfrutaba de su ausencia cuando los fines de semana se ponía manos a la obra con su creación artística.

«Aquello parecía una especie de club —recordaba Henry Geldzahler —. Era divertido. Y siempre se estaba haciendo o proyectando una película, o se estaba llevando a cabo algún tipo de actividad. O Andy andaba haciendo serigrafías en un rincón. O estaba pasando algo interesante. Y era un lugar al que todo el mundo sabía que podía acudir». Pero también recordaba el peligro que sentía de ser engullido por una dinámica insalubre entre observador y observados: «Andy es un *voyeur* y necesita exhibicionistas alrededor, lo cual está bien. Quiero decir que es un camarógrafo; es un cineasta; es un artista. […] Pero es también una especie de sádico. Es un *voyeur* sádico y necesita exhibicionistas masoquistas a fin de satisfacer las dos mitades de su destino. Y es obvio que un exhibicionista masoquista no va a durar mucho tiempo».

La «escena» de la Factory —a los periodistas les faltó tiempo para describirla con ese término— estaba construida sobre esa codependencia entre muchos y uno, lo cual significaba que se trataba de una creación grupal tanto como de una pertenencia exclusiva de Warhol. Él dejaba que se desarrollase abriendo de par en par sus puertas, pero eran las personas que las atravesaban las que se convertían en el auténtico corazón de la Factory.

«Brindaba a la gente una oportunidad de probar algo. ¿Dónde si no habríamos conocido a todas esas personas con todo ese despliegue de energía creativa, y esa misma clase de ambición ciega de tener un futuro deslumbrante? —decía John Cale, el músico vanguardista que llegó hacia finales de año—. Todos sabían que algo estaba pasando. No sabían de qué se trataba, pero no querían quedarse al margen, así que organizaban algo por ellos mismos». Según Jane Holzer, Warhol permitía que su estudio se utilizara para recitales poéticos, para obras teatrales, para prácticamente cualquier clase de experimento vanguardista: «Solía dejar que otros artistas hicieran allí sus cosas». Un reportero describió la Factory como «un centro comunitario para excéntricos».

Una de las cosas que no dejan de sorprender de Warhol es que el personaje reticente, implacable y plácido que proyectaba hacia el mundo exterior —«el símbolo de la falta de compromiso, del *laissez faire*, de la frialdad, de la pasividad», en las palabras del cineasta experimental Jonas Mekas— se halla en clara oposición con la faceta locuaz y maliciosa que veían algunos de sus amigos íntimos. La mayoría de las memorias de los asiduos de la Factory se debaten entre la adoración y el odio. Warhol podía ser idolatrado —«trataba con respeto a todo el mundo, jamás hablaba a nadie con condescendencia. Y hacía que todos se sintieran importantes. […] Nunca oí a nadie decir "gracias" más que a Andy», escribió su ayudante Pat Hackett poco después de su muerte—, pero también podía ser retratado como tiránico y negligente, como la mala y desatenta madre de una familia grande y neurótica.

Danny Fields describía que la dinámica del estudio estaba forjada en torno al enamoramiento comunal que sentía el grupo entero por Warhol: «Andy manipulaba a las personas para que se enamorasen de él. Y luego no te dejaba saber si aquello era recíproco. Era muy difícil estar enamorado de él. Desde luego, no recibías a cambio simplemente cariño… Te hacía sufrir». Pero su colega de la Factory Mary Woronov contrarrestaba esa visión, insistiendo en que Warhol «no era ese tipo maquiavélico que torturaba a personas, o lo que quiera que pensasen que era. No era así: era sumamente paternal». En resumidas cuentas, es probable que esa sea la visión más común de la situación, sobre todo entre aquellos cuya imagen de sí mismos y cuya carrera no estaban demasiado estrechamente vinculadas a sus años de la Factory. «A pesar de las habladurías, nunca vi a Andy victimizar ni torturar a nadie más allá de filmarlos de una manera embarazosa —decía Woronov—. Los individuos se convertían ellos mismos en víctimas en su prisa por llegar a ser estrellas».

Taylor Mead pensaba que si Warhol pecaba, era más que nada por omisión, al no dispensar la ayuda que había brindado: «Promete reuniones con personas de varias clases de negocios o profesiones, pero considerando la ajetreada vida que lleva y toda la gente con la que trata a diario, creo que lo hace milagrosamente bien». Según Billy Name, el problema estribaba en que muchos de los compañeros más jóvenes de Warhol no estaban en condiciones de aceptar la ayuda profesional que él les ofrecía. «Como un buen mánager, les decía los pasos concretos que debían dar. Le indicaba a Edie qué pasos debía dar exactamente para convertirse en una estrella más grande, y no solo una estrella de Warhol. Esas personas con las que Andy se involucraba pertenecían todas ellas al mundo subterráneo y no emergerían. Permanecerían en el *underground*».

John Cale describía la ayuda que al artista le encantaba ofrecer: «La gente decía que no era generoso, que era tacaño, pero cada vez que yo tenía algún problema, por ejemplo cuando necesité una portada de álbum, él la hacía. Fui a verlo para pedirle una portada. Él me dijo: "Conseguiré que Yoko Ono pose desnuda contigo y lo llamaremos John y Yoko"». Cale tachaba de «envidia intelectual» los recelos que Warhol despertaba incluso en sus compañeros más cercanos, una forma de autoprotección que nos lleva a menospreciar a nuestros rivales para no tener que afrontar el hecho de que puedan poseer más talento que nosotros. A juicio de Cale, el mundo de la Factory atraía a una serie de personas «incompletas» que, pese a sus recelos de Warhol, hallaban una suerte de compleción y un papel significativo que no tenían en el mundo exterior.

Estaba Paul Morrissey, un cineasta en ciernes originario de Yonkers que había estudiado en la cercana Universidad de Fordham, solo para varones. Había iniciado su andadura cinematográfica casi por accidente, cuando recaudaba dinero para el alquiler proyectando películas en el local de la planta baja del East Village, donde vivía (lo cual recordaba las proyecciones del propio Warhol en el sótano de sus padres), y más tarde comenzó él mismo a hacer algunos cortometrajes, incluidos uno protagonizado por Taylor Mead y otro basado en secuencias pop de un cómic del Capitán América. En junio de 1965, Malanga asistió a una proyección de Morrissey y decidió introducirlo en el redil de la Factory, al percatarse de que la técnica de sus destrezas podía resultar de utilidad. Aunque Morrissey dijo en cierta ocasión que sus «destrezas» consistían en saber un poco más que Warhol, «lo cual no era gran cosa», de hecho fue él quien quedó impresionado por la Auricon del artista, un aparato «revolucionario» que no había visto nunca. Al considerar sus colaboraciones de los años sesenta, Morrissey describía cómo «Andy manejaba la cámara y yo solía ocuparme del sonido».

Aquel recién llegado era delgado y guapo, pero también increíblemente nervioso. Hablaba a toda velocidad, vomitando palabras con un acento agudo del Bronx y retorciendo mechones de sus rizos castaños. Los amigos de la Factory lo consideraban «desprovisto de cualquier clase de sexualidad posible», aunque estuvo encantado de ayudar a Warhol a tener sexo al poco de conocerse, poniéndole en contacto con un joven amigo de la universidad.

No obstante, Morrissey era sobre todo socialmente conservador. Antes de conocer a Warhol había hecho un corto antidrogas y siempre andaba oponiéndose al caos y al desenfreno del entorno del artista, así como a la relajación del arte de este. Otros tipos de la Factory lo llamaban Padre Flanagan, por el famoso sacerdote bienhechor. Su talante más conservador se impuso durante unos pocos años después de 1968, cuando dispararon contra Warhol, pero en los decenios posteriores Morrissey podría parecer desquiciado en su odio y desprecio hacia su antiguo mentor. Lo resumía como «autista, disléxico, aterrorizado, tímido y carente de aptitudes artísticas. […] La noción de que tenía ideas y era capaz de hacer cosas era sencillamente disparatada». Lo referente a la timidez podría ser incluso correcto en cierto modo.

Aquel verano se asistió, asimismo, a la llegada de una joven de veinticinco años llamada Brigid Berlin, conocida también como la Duquesa y como Brigid Polk por su hábito de repartir «picos» de anfetaminas metiéndoselos por los vaqueros a la gente. Berlin era la hija tremendamente consentida, tremendamente traumatizada y tremendamente neurótica del jefe del imperio editorial derechista Hearst. Una semblanza de los años sesenta la describía como el «producto de una escuela para señoritas de Suiza y otras como el convento del Sagrado Corazón y Foxcroft, que había sido mimada por una institutriz y había tenido chófer privado». Honey Berlin, su madre, miembro de la alta sociedad, había hecho que Brigid se enganchase al *speed* cuando era niña para limitarle el aumento de peso desbocado, cuando la comida era la única forma que tenía la pequeña de asumir el control. En 1960 había contraído matrimonio con un escaparatista gay con la esperanza de «convertirlo» a las mujeres, un objetivo que por lo visto dejó atrás cuando pasó a ser la mejor amiga de Warhol, y ocasionalmente la que lo odiaba con más fervor, en los años setenta y ochenta. «Brigid era malvada —decía una superestrella que llegó al mundillo de nuestro artista a finales de los sesenta, cuando Berlin se estaba convirtiendo en una de sus presencias habituales más estables —. Su boca, su mirada... Yo creo que era la paranoia del *speed*, y básicamente su infelicidad. Siempre me aterrorizó».

Y luego estaba la pequeña Bibbe Hansen, una delincuente juvenil de catorce años que tenía un trasfondo cultural a la altura del rango

social de Berlin: era la hija del notable vanguardista Al Hansen, quien había ayudado a Warhol a introducirse en el mundo de la iglesia Judson. Nuestro artista conoció a Bibbe un sábado en un paseo en busca de galerías, justo después de que ella pasara una temporada en una cárcel de chicas, una fuente de orgullo más que de vergüenza para el antisistema de su padre. Para el lunes ya se había convertido en una asidua de la Factory después del colegio, intercambiándose el rímel con Edie Sedgwick e incluso actuando como protagonista en una película de Warhol inspirada en su estancia en prisión.

Completando la escena de Warhol había astros menores en la Factory como Ultra Violet, nacida como Isabelle Collin Dufresne, el vástago de una familia francesa de fabricantes de guantes. Tenía aspiraciones a la cultura vanguardista —se había unido a nuestro artista tras haber sido una especie de musa o amante de Salvador Dalí, como jamás se cansaba de mencionar—, pero sus principales habilidades parecen haber sido la autopromoción infatigable y la ropa excesivamente elegante. Ultra Violet fue precedida en la Factory por Ivy Nicholson, una chica de portada de revistas de los años cincuenta que era tan despampanante como excéntrica. En sus primeros tiempos con Warhol se había casado con John Palmer, que era mucho más joven que ella, y había ayudado con la idea de *Empire*, pero eso no le impidió escribirle a nuestro artista una serie de cartas de amor de lo más chifladas. En una de ellas le dice que él tiene la capacidad de hacer una película importante, pero que solo el sexo con ella permitirá que ocurra tal cosa: «El montaje se hace al ritmo de un buen polvo». En otra le asegura que todo su séquito está imaginando que sería un genio mucho más grande «si se follara a una mujer o dejase que una le hiciera una mamada».

«*Drag queens* y *queers*, niños, estafadores callejeros y prostitutos violentos, desertores escolares y fugitivos, narcotraficantes y casos psiquiátricos perdidos. Éramos todos unos inadaptados integrados en la Factory», recordaba Bibbe Hansen. Joseph Freeman, otro adolescente que se convirtió en un habitual de la Factory, conocido como «el pequeño Joey», decía que nunca le convenció «todo ese asunto de "Andy Warhol el manipulador"». Recordaba que había gente que acudía al artista con la esperanza de ser usada de una u otra forma, y conseguía precisamente lo que esperaba.

Warhol no era ninguna venus atrapamoscas que atrajese a víctimas involuntarias para exprimirlas hasta dejarlas secas. En el peor de los casos era como el inocente papel matamoscas, cuyo aroma llevaba a ciertas criaturas a quedar atrapadas.

«Jamás pensé que Andy fuese el responsable de solucionar nuestros problemas —decía Hansen—. No creo que estuviese más capacitado para ocuparse de ellos que de los suyos». Aseguraba que hasta Edie

Sedgwick, la adorada amiga de Hansen, obtuvo más satisfacción que dolor en sus tiempos en la Factory. «Llegó a hacer realidad algunos de sus sueños más preciados y llegó a ser inmortal en el proceso. Algunos culpan a Andy de las adicciones de Edie y de su muerte. Su familia tenía una terrible historia de sufrimiento y vidas destrozadas. […] Estuvo con Andy solamente un año, pero fue una Sedgwick durante toda su vida».

Como numerosos jóvenes de los que Warhol se hizo cargo, Hansen lo recordaba como amable, considerado y genuinamente preocupado por su bienestar. Una chica de las afueras de dieciocho años que llegó de Chicago en el verano de 1966 también recordaba los buenos cuidados que recibió de nuestro artista y sus secuaces, que incluso se aseguraban de que las películas obscenas solo se proyectasen cuando ella no pudiera verlas. (Aunque semejantes escrúpulos no impidieran a Warhol llevarla a un «alucinante» club *drag*). «Ellos me protegían de la gran ciudad», decía; un papel extraordinario para ellos, ya que la mayoría de los inadaptados habrían considerado que la pandilla de la Factory era el arquetipo del riesgo urbano.

Warhol alentaba a sus seguidores a explorarse a sí mismos y sus propias ideas creativas, sin esperar convertirse en pequeños Andys. No mucho después de la llegada de Billy Name, le regaló la cámara Pentax que había comprado unos años antes, lanzando así la carrera de Name como documentalista de la Factory. Había otro joven que tenía ambiciones cinematográficas, así que Warhol le permitió usar la Bolex y, sin duda, cargar los gastos del laboratorio de películas en la cuenta de la Factory. Realizó algunas peliculillas excelentes que no tenían nada que ver con la estética propia de nuestro artista.

ENTREVISTADOR: Tengo la impresión de que le gusta todo ese asunto de estar ahí en el estudio y observar el conjunto de lo que está pasando.
WARHOL: Sí, bueno, el estudio saca a todo el mundo de las calles y es una especie de… escuela diurna para personas mayores.
ENTREVISTADOR: Entonces creen estar prestando un importante servicio social.
WARHOL: Oh, sí, la verdad es que sí… aunque la pasma siempre piensa que no lo hacemos.

En efecto, no había forma de combatir el aura de libertinaje que había surgido alrededor del estudio, gracias en parte al cultivo de esa imagen en la prensa por parte del propio Warhol. Por cuestión de principios, la policía comenzó a presentarse de vez en cuando.

Ya mientras nuestro artista estaba en París, un frenético Billy Name le había enviado una carta preguntándole qué debería hacer con una pareja de detectives que habían andado hurgando entre las bobinas de película de la Factory y preguntando si había un proyector para

visualizar algunas. «Yo les dije que no había proyector… He puesto en la Factory un cartel de CERRADA TEMPORALMENTE y estoy intentando que parezca que no hay nadie dentro en ningún momento». (Name era lo bastante inteligente para sacar de allí todos los carretes que pudieran considerarse porno).

Unas imágenes de alrededor de un año después muestran a un trío de agentes uniformados que se presentan durante lo que parece ser el ensayo de una banda de rock perfectamente normal.

Cuando Warhol se quejaba de los polis, dejaba claro que era por los que aparecían sin motivo alguno; decía que comprendía a los que acudían cuando daba una fiesta, dada toda la aglomeración y el clamor que implicaba. En noviembre, después de que la policía clausurase una velada en la Factory a la que ni siquiera había asistido Warhol (se había quedado dormido y se la había perdido), su casero le envió una severa carta en la que se quejaba de que habían incumplido la normativa contra incendios con la aglomeración y el caos en que se habían sumido los espacios públicos del edificio. «Por supuesto, su arrendamiento no permite semejante uso y ocupación, y por la presente se le ordena que no celebre esas fiestas en este edificio». Es improbable que la carta surtiera el menor efecto.

Warhol hizo intentos ocasionales de apaciguar las cosas, cerrando periódicamente la Factory a los marginados y llegando incluso a poner un letrero que rezaba: POR FAVOR, TELEFONEAR PARA CONCERTAR O CONFIRMAR VISITAS, CITAS, ETC. N O VISITAS SORPRESA. ¡¡TODA LA BASURA FUERA!! Durante algún tiempo al menos, hubo una regla estricta en virtud de la cual todo el mundo tenía que abandonar la Factory entre las seis y las siete de la tarde, sin duda para forzar la interrupción del creciente frenesí que de otro modo habría prevalecido. Los fines de semana no se podía acceder siquiera al vestíbulo del edificio a menos que alguien te tirara una llave desde una ventana de la Factory (o a menos que supieras que era fácil bajar la escalera de incendios y trepar por ella). Existía asimismo una vaga noción de que debía haber una zona libre de drogas, al menos durante la jornada laboral, antes de que entraran en juego los Topos. Bibbe Hansen decía que, si querías consumir drogas durante el día (y muchos lo hacía en la Factory), salías al parque que había junto a las Naciones Unidas, o al tejado o a la escalera de incendios; en cualquier lugar excepto en el propio estudio. No obstante, habida cuenta de la clase de individuos que Warhol estaba acogiendo, nada de aquello habría contribuido demasiado a imponer el orden. Se estaba granjeando la fama de llevar una pandilla tan dudosa a cualquier fiesta que la arruinaría sin duda alguna. Un conocido describía cómo había convertido una velada en «la fiesta verdaderamente más espantosa en la que he estado, y todo era culpa suya, su eminencia aplastaba las posibilidades de diversión

de todo el mundo. […] Warhol solía hacer una entrada triunfal con su séquito, se quedaba un rato, no hablaba con nadie y luego salía con arrogancia como si tuviera mejores sitios a los que ir».

La Factory había perdido la influencia moderadora de la pandilla anterior, integrada por estetas establecidos y personas del mundo de la cultura, que ya no podían soportar la nueva atmósfera. El antiguo novio de Warhol, Carlton Willers, estaba asustado por lo que llamaba «la gente del cine»; hablaba de que Andy le ignoraba en la calle cuando estaba con ellos, aun cuando le saludase con la cordialidad de antaño si se encontraban los dos solos.

Wynn y Sally Chamberlain no eran unas criaturas demasiado delicadas, pero hasta ellos hicieron mutis por el foro: «Nos sentíamos desencantados por el ambiente que Andy estaba creando en la Silver Factory de la calle Cuarenta y siete. Nos incomodaba su trasfondo de consumo de drogas duras, locura sexual y violencia, así que rara vez íbamos allí». Se había convertido en la clase de sitio donde el teléfono público —el *único* teléfono de la Factory— necesitaba ser sustituido constantemente, pues los fanáticos del *speed* lo destrozaban para abrirlo cuando necesitaban monedas para un chute.

Warhol también consumía drogas, pero de manera discreta, secreta y eficiente, fumándose un cigarrillo, tomándose un Obetrol cuando necesitaba una dosis o dando una calada del porro de un amigo para relajarse. Prefería no tener testigos, mientras que las drogas eran cruciales para la imagen que muchos de sus más notables acólitos tenían de sí mismos. Si se ponía a Ondine delante de una cámara, montaba un gran espectáculo chutándose, y Brigid Berlin salía «pinchándose» a través de los vaqueros. Sus amigos sabían cuándo estaba realmente colocada por la saliva que se acumulaba en las comisuras de los labios. «Brigid, estás echando espuma», le decía Warhol.

«Andy era como la estatua de la Libertad: "Dadme a vuestros rendidos, vuestros hambrientos, vuestras *drag queens*, vuestros yonquis". Era el santo de los inadaptados. Era como un faro que atraía a la gente hacia Nueva York», decía una de las personas que habían acabado allí. Y, sin embargo, es un error imaginar que el artista que atraía a esa brigada de irregulares se considerase en realidad uno de ellos. Al igual que no nos imaginamos a Brueghel como uno de los bailarines de sus escenas de cosecha, no deberíamos pensar que Warhol, como encargado y creador de la Factory, fuese también un verdadero tipo de los que merodeaban por allí. En el fondo seguía siendo sólidamente burgués, con su elegante casa victoriana, su amor por la buena comida y su madre en casa encargándose de todo. Lo que ocurría es que era un burgués que se percataba de que todavía podía sacarse buen arte de la escena bohemia.

La influencia de nuevos personajes en el estudio de Warhol conllevó algunos cambios en el arte que allí se hacía. Ron Tavel recordaba haber sido expulsado por Sedgwick y su pandilla, que vilipendiaban al absurdo vanguardista anticuado que él representaba. La modelo resultó no estar dispuesta y ser incapaz de seguir los guiones inconexos o la dirección de Tavel. «De hecho —escribía totalmente enfurecido—, era evidente para cualquiera que se molestase en escuchar de veras a aquella mujer que no tenía ni la más remota idea de lo que Andy perseguía o había hecho, de lo que las películas eran en verdad ni de lo que serían en la práctica», aunque podría haberse dicho prácticamente lo mismo de él. La gota que colmó el vaso cayó en julio, cuando Sedgwick, «preprogramada con rebeldía» por sus «zánganos golpistas», como decía Tavel, rompió en pedazos uno de sus guiones en el plató. Esa destrucción probablemente fuese una suerte: *Space*, como se titulaba el guion, estaba construido sobre premisas místicas que nada tenían que ver con la estética del propio Warhol. Como casi todos los guiones de Tavel, cuando llegaba el momento del rodaje su texto era poco más que un punto de partida para el estudio del personaje y la disfunción por parte de Warhol.

Una vez que Tavel se hubo marchado, había espacio para que Chuck Wein tomase el control como principal ayudante de nuestro artista en las películas. No era de extrañar que el graduado por Harvard llegara con ideas cinematográficas más conservadoras que el poeta del Village, y que estuviera resuelto a introducir diálogos propiamente dichos y un tipo de grabación más convencional en los productos de la Factory. Se salió con la suya en septiembre de 1965, cuando rodaron *My Hustler*, la película más tradicional que Warhol había hecho hasta entonces, al menos a primera vista. Era un verdadero largometraje narrativo, filmado en escenarios reales con personajes reconocibles, diálogos comprensibles, una trama casi coherente e incluso el corte ocasional de una toma a otra, una desviación casi herética de las primeras películas de Warhol, de un único plano secuencia. El escenario de *My Hustler* era una casa prestada en la aldea costera conocida como Fire Island Pines, en un arenal a unas horas de Nueva York, que había sido colonizado por hombres gais a lo largo de la década precedente. (Aunque Ondine encontraba la zona «definitivamente desprestigiada, querido, definitivamente»). La primera bobina de la película trata de un hombre mayor homosexual que ha recurrido al servicio telefónico de prostitución masculina para procurarse un poco de carne joven, al que más tarde intenta mantener fuera del alcance de una pareja de «amigos» compuesta por un anciano prostituto y una «mariliendra» muy joven, según consta en el

diálogo. El segundo carrete, rodado en el cuarto de baño de la casa de la playa del cliente, se centra en el guapísimo chico, mientras este flirtea y discute con el viejo prostituto cuya carrera se acerca a su final. Edie Sedgwick había sido seleccionada originalmente como la mariliendra de la película, pero al final le había cedido el papel a una amiga suya. Wein y ella estaban peleados en ese momento, por lo que no tenía ningún interés en ayudarlo con su película, pero podría haber reconocido asimismo que el papel que le habían ofrecido le tocaba demasiado de cerca al reflejar su auténtica relación con Warhol.

A Wein se le atribuyó el guion y la dirección de la película (aunque todavía se indicaba «De Andy Warhol»), pero había recurrido a Morrissey y a otros en busca de ayuda técnica. Intentaron profesionalizar el rodaje, en la medida en que eso fuera posible, teniendo en cuenta la órbita de Warhol. Hasta se hicieron con una lujosa grabadora Nagra para sustituir el pésimo sonido «óptico» de la Auricon, pero al final no hay ningún indicio de que la utilizaran. El sonido de la película terminada era tan malo como de costumbre.

Billy Name decía que Wein y algunos otros secuaces de Warhol tenían una ambición verdaderamente radical: lograr que su maestro probase algunas de las panorámicas clásicas de Hollywood. «Andaban diciendo: "Se niega a hacer panorámicas. Tenemos la casa aquí y la playa allá y él no hace panorámicas". […] Creo que en ese momento Paul Morrissey tomó las riendas». La resistencia de Warhol no tenía nada que ver con ineptitud, aseguraba Name, sino con una estética más radical de lo que Morrissey y Wein podían llegar a comprender. En un raro momento de autoconciencia pública, nuestro artista le había contado al dramaturgo Ronald Tavel que no podía permitirse ninguna clase de movimientos de la cámara porque su contribución a la historia del cine era la grabación estática. Pero en el escenario de *My Hustler*, Morrissey y Wein acabaron agotando a Warhol: «Paul estaba allí y Chuck estaba allí e insistían sin parar, bla, bla, bla, y al cabo de un rato dejas de hacer lo que estás haciendo si los otros siguen erre que erre», decía Name. Ahora bien, los zums y las panorámicas que llegaron a incluirse en la película —que mareaban e «inducían jaquecas», en opinión de un crítico— parecen tan exagerados y excesivos que se diría que se mofan del trabajo habitual de la cámara.

En conjunto, *My Hustler* dejó atrás la extrañeza de las obras con las que Warhol se había labrado un nombre en el cine: adiós a las interminables tomas inmóviles de sujetos estáticos, adiós a las secuencias de tipos raros cualesquiera haciendo rarezas, adiós a los diálogos casi carentes de sentido. Curiosamente, ello hizo que la nueva película se acercara más al pop art de nuestro artista que sus filmes anteriores. Con las *Sopas Campbell's* y obras similares, el «qué» siempre

había eclipsado el «cómo»: los espectadores sentían que los cuadros presentaban de un modo no artístico, directo y sin mediación los productos cotidianos que mostraban, mientras que las primeras películas habían atraído la atención básicamente por la forma en que se hicieron y por lo distintas que eran de los largometrajes «normales»: por la duración de sus tomas, su falta de trama, las dislocaciones en sus diálogos. Es decir, que *Sleep*, *Empire* y *Harlot* funcionaban más como los cuadros tradicionales de estilo moderno, que trataban tanto acerca del arte como de los temas representados. Cabría decir que las primeras películas de nuestro artista presentaban todavía «goterones», como lo habían hecho sus primeros cuadros de botellas de Coca-Cola. Eran demasiado extrañas, en demasiados sentidos, para cumplir el objetivo de Warhol de «encontrar cosas interesantes y filmarlas sin más»; dicho de otro modo, al «filmarlas sin más», Warhol había convertido sus «cosas interesantes» en arte fascinante pero peculiar.

Y entonces llegó *My Hustler*, concebida como una película más o menos normal con actores bastante comunes que decían frases ordinarias, lo cual significaba que no había nada que nos distrajese de la única característica singular de la obra, a saber: que los personajes principales eran un chapero y su cliente. Con ello Warhol estaba pidiendo a sus espectadores que aceptasen la inverosímil proposición de que, como personajes para un largometraje, eran tan normales como el marido y la mujer de una comedia disparatada. *My Hustler* ofrecía la posibilidad de que los homosexuales en busca de un aventura pudieran vivir en nuestros cines del mismo modo en que la sopa Campbell's vivía en nuestra cocina. Esa posibilidad acabaría siendo aceptada, al menos entre los cinéfilos neoyorquinos: la película tuvo con creces la trayectoria más exitosa de todas las que Warhol había hecho hasta la fecha. Se anunciaba su proyección «cada medianoche indefinidamente, a petición del público». Paul Morrissey aseguraría más tarde que había ganado treinta mil dólares en su primera semana en un cine erótico.

En ese punto álgido de su poder en el mundo del arte, Warhol daba la impresión de estar revisitando las obras de sus exposiciones de los años cincuenta, con su estilo conservador pero su temática radicalmente homosexual, e insistiendo de manera que en esta ocasión el público y los críticos no tendrían más opción que prestar atención. Como gran maestro de la agresión pasiva, nuestro artista había decidido no cerrarse en banda cuando Wein y Morrissey imprimieron a la filmación de *My Hustler* un giro conservador. Tal vez se debiera a que se había percatado de que un estilo convencional permitiría que el contenido homosexual de la película se hiciera oír con mucha más fuerza.

En el otoño de 1965, esta clase de apertura respecto de la

homosexualidad se estaba convirtiendo en una propuesta casi concebible, como explicó en cierta ocasión Billy Name:

> En la Factory no todos eran gais, aunque había un aire muy homosexual; pero no se trataba como algo especial sino con naturalidad. La Factory fue probablemente el primer lugar en el que la homosexualidad se trató con naturalidad en la escena artística, en vez de ser algo sobre lo que en teoría no debías hablar con nadie.

Aquel verano Warhol había recibido una revista en que se publicaba una de sus entrevistas, en las que solía ser reservado, junto a la cual incluía una larga y muy franca conversación entre siete homosexuales «activos» con el título «Live and Let Live». No obstante, a pesar de ese título, el hecho de que los siete fueran «activos» hacía evidente todavía, decía la revista, que no podían revelarse sus nombres.

Esa perspectiva duplicada y conflictiva sobre la homosexualidad fue típica de Warhol en 1965 y prácticamente a lo largo de toda su vida. Aunque nunca negó por completo su sexualidad, prefería ser visto con Edie Sedgwick del brazo como si fuera su «novia» (o así gustaba de considerarla la prensa) que con los hombres a quienes invitaba a compartir su hogar y su cama. Su arte rara vez ofrecía una visión optimista de la cultura gay como una alternativa normal al mundo heterosexual. Básicamente parecía captar un fondo oscuro en el que el sexo es la preocupación primordial. *My Hustler* se estrenó en un antiguo cine porno bastante sórdido —los acomodadores patrullaban para pillar a los masturbadores— y al final se proyectó con secuencias adicionales de «besos entre hombres» y «genitales plenamente exhibidos», como se quejaba un crítico. La película presentaba la vida homosexual como turbia, marginal y de mala reputación; como si tuviera lugar entre prostitutos y clientes, entre jóvenes hermosos e inalcanzables y sórdidos hombres mayores deseosos de ligar. ¿Acaso era ese el único mundo en el que Warhol era capaz de verse a sí mismo?

Gracias a *My Hustler*, el mundo de Warhol llegó a incluir al último de esa colección de jóvenes hermosos que poseía aquel hombre mayor, y el segundo en mudarse a su casa.

Danny Williams, de una buena familia de Nueva Inglaterra, apareció por primera vez en la Factory en la primavera de 1965 con la pandilla de Harvard que rodeaba a Sedgwick. Antes de llegar a Nueva York había trabajado como editor y como técnico de sonido para varios directores de cine, aprendiendo los trucos de la profesión que había elegido. Eso le proporcionó los conocimientos de equipamiento y técnicas que le hicieron especialmente útil para Warhol y Wein, permitiéndoles superar en sus películas el enfoque, más informal, de

Ron Tavel. Fue Williams quien aportó la Nagra para captar el sonido en *My Hustler*. Tenía asimismo notables destrezas como electricista e iluminador, *gaffer* en la jerga hollywoodiense. Desempeñó un papel importante en los espectáculos de luces que Warhol comenzó a producir a principios de 1966, una vez que la promoción del rock se convirtió en parte del negocio de la Factory.

No sabemos si fueron las habilidades del recién llegado las que despertaron el interés romántico de nuestro artista o si el atractivo romántico de Williams hizo que este le permitiese hacerse cargo de tareas ambiciosas en la Factory. Sea como fuere, el joven no tardó en vestir con las rayas distintivas de Warhol y, en algún momento de principios del otoño, se mudó a la casa de Lexington, donde su madre y la del artista charlaban por teléfono. Warhol describía a Williams, con desprecio, como un regalo de despedida de Chuck Wein.

Willliams tenía veintiséis años y era atractivo, su frente ancha coronaba unas gafas grandes que le daban un aire inteligente. «Bien parecido, cerca de uno ochenta, algo grueso, pero de un modo encantador»: así lo describía Robert Heide, aquel dramaturgo del Greenwich Village que estaba involucrado a la sazón en las películas de Warhol. «Sé que Andy tenía una relación muy sexual con Danny. Lo sentías cuando estabas con ellos». Al año siguiente, Williams confiaba a su diario que «el amor con Andy habría sido hermoso si Andy hubiera querido compartir mi experimento y verme, pero lo único que deseaba era darme de comer y presentarme a sus glamurosos amigos». Comida y glamur: a juicio de Warhol, exquisitos agasajos para ofrecerle a su amor, pero que carecían de las profundidades que anhelaba un epicúreo como Williams.

Nuestro artista valoraba tan sobradamente al muchacho que quiso trabajar con él en una película titulada *The Bed*, que Warhol había empezado a planear un año antes de la llegada de Williams, incluso antes de comprar la cámara con sonido que necesitaría para rodarla. La película estaba basada en una obra teatral *off-off-Broadway* escrita por Heide, sobre dos homosexuales «entregados a la bebida y las drogas, atrapados en un túnel del tiempo e incapaces de salir de la cama —según la descripción del autor—. Uno de ellos piensa en suicidarse, pero en vez de ello decide simplemente salir a comprar cigarrillos y una botella de Coca-Cola»: un tema perfecto para que un artista pop y su nuevo amante se pusiesen manos a la obra. Incluso podría darse el caso de que el interés de Warhol en el proyecto latente fuese reavivado tan solo por su enamoramiento de Williams y por la súbita importancia que adquiría para él de la vida en pareja, casi como si estuviera volviendo a rodar *Sleep* con dos actores. La dualidad era intrínseca a la concepción warholiana de la obra. Grabó la acción con una Auricon mientras Williams manejaba otra al mismo tiempo,

generando una película con dos puntos de vista y dos pantallas, que recuerda la obra de cine y vídeo que Warhol había realizado hacía poco con y sobre Sedgwick.

La obra de Heide podría no haber tratado originalmente de Warhol y Williams, pero cualquiera que supiera cómo se había hecho habría interpretado en esa clave la versión cinematográfica. Sus dos personajes son un hombre de cabello oscuro mantenido por un rubio algo mayor que él, quien describe la relación como «un arreglo muy factible entre tú y yo». Están tumbados en la cama rodeados de libros de cine, así como de un guion teatral (*The Brig*, que significó mucho para Warhol), mientras recitan frases como «El sexo es la muerte. No hay Dios, Dios ha muerto. No, Nietzsche ha muerto». El más joven amenaza con saltar por la ventana del quinto piso —ecos de Freddie Herko— y acusa al mayor de tener «un complejo de padre». Mientras riñen, en un tocadiscos suenan interminablemente los Dave Clark Five cantando «Any way you want it / That's alright by me», un estribillo que se repite sin cesar en la canción.

Una vez que Warhol le hubo prestado su Bolex a Williams —otra señal de respeto y afecto—, el joven también empezó a rodar sus propias creaciones, más obviamente experimentales que los productos de la Factory, pero con un estilo de arte moderno más tradicional, con cortes trepidantes y ángulos de cámara extraños que insinúan lo psicodélico, lo que quizá se debiera a que su brío dependía en realidad de los psicotrópicos.

Al parecer, Williams habría estado consumiendo drogas incluso antes de entrar en la órbita de Warhol. Su madre decía que había tratado de convencerla de los espléndidos beneficios de las anfetaminas. Circula asimismo una historia que sitúa a Williams en el centro de uno de los incidentes con drogas más conocidos de la Factory, recordado por varios participantes, si bien en una diversidad de versiones a la manera de *Rashōmon*. Mientras estaban en el escenario de la casa de la playa rodando *My Hustler*, Williams (o Wein) añadió LSD al zumo de naranja (o a los huevos del desayuno), con uno de los siguientes efectos (o con ambos):

a) Warhol se puso a ver a través de las paredes, según Wein, y a limpiar y a relimpiar como un loco la cocina «con un buen subidón», según atestigua Malanga. (Esto habría concordado a la perfección con las habituales tendencias de Warhol hacia el trastorno obsesivo compulsivo, potenciadas por el LSD).

O bien:

b) Paul Morrissey se acurrucó en posición fetal bajo la pasarela entablada, y fue descubierto por Warhol, quien había sido demasiado astuto para beber o comer cualquier cosa que no saliera del grifo o viniera sellada en su envoltorio (esto habría encajado a la perfección con el eterno deseo de Warhol de parecer limpio en cuestión de drogas).

Fuese o no por causa de las drogas, el rodaje desembocó en un pandemonio; hicieron pedazos los muebles para leña y destruyeron la casa prestada en general: «Éramos como niños pequeños en un corralito o en un arenero», decía Paul America, el actor seleccionado como joven protagonista de la película.

Durante el año que Williams fue un habitual en la Factory, todos vieron que su consumo de drogas empeoraba progresivamente.

El *speed* o posiblemente el alcohol, del que Williams también abusaba, podrían haber explicado un episodio acaecido en algún momento a finales de otoño, y que parece haber sellado el destino del muchacho con su nuevo novio. Al parecer, Warhol y él se enzarzaron en una disputa acerca de una proyección que Williams estaba intentando organizar para una película en la que había trabajado antes de llegar a la Factory. Warhol veía aquello como competencia o como alguna suerte de traición. El asunto llegó a un punto crítico en un restaurante del Greenwich Village, donde un Williams enfurecido, y probablemente bajo los efectos del *speed*, cometió un verdadero delito de lesa majestad: arrancó la peluca de Warhol, revelando su calva durante varios segundos.

No resulta sorprendente ni en absoluto injustificado que aquello fuese más de lo que Warhol podía soportar, especialmente si se le suma la grave vena depresiva que estaba empezando a aflorar en Williams. Este tuvo que marcharse de la casa y hallar refugio en la parte trasera de la Factory. Billy Name, que más tarde reconoció haber tenido celos del muchacho, se opuso con obstinación a cohabitar con él: «Era una persona muy blanda, incapaz de seguir mi ritmo, y con tendencia a padecer crisis nerviosas, a volverse sumiso y físicamente poco fiable en nuestro espacio de trabajo. Por lo que a mí se refería, aquello resultaba peligroso y nos ponía en riesgo». Pero Warhol no aceptó las protestas de Name y se negó a dejar sin techo en Nueva York a su joven ex.

La ruptura entre Williams y Warhol no pudo haber sido tan brutal ni definitiva, ya que continuaron trabajando juntos durante los seis o siete meses siguientes. En mayo realizaron un encargo comercial para Plaza 8, una empresa de sujetadores cuyos ejecutivos claramente pensaban que un anuncio con cierto toque warholiano impresionaría al mercado juvenil: «Una película *underground* de Andy Warhol, el sumo sacerdote del pop», rezaban los títulos al comienzo del *spot*, que no consistía en mucho más que una de las superestrellas femeninas de la Factory superpuesta a unas imágenes de lencería estándar. (Warhol no debió de poner todo su corazón en el proyecto, ya que lo entregó con retraso —algo que rara vez había ocurrido en sus años como ilustrador— y era tan chapucero que tuvo que ser retocado por unos antiguos jefes cineastas de Williams en Boston).

En primavera y verano, durante varias semanas seguidas después de su ruptura con Warhol, Williams fue de gira como asistente de iluminación de la Velvet Underground, el grupo de rock de la Factory. En Chicago, *Variety* tuvo la temeridad de referirse a él como el «cerebro» de todo el espectáculo, y sus compañeros de gira interpretaron aquello como un reflejo de su opinión. Williams y su eterno rival, Paul Morrissey, no tardaron mucho en llegar a las manos: fue en una pasarela, a propósito de quién tenía qué derechos sobre qué cables eléctricos. «La relación de Paul con Danny Williams era sádica de veras —recordaba Warhol—. Hizo sufrir a Danny terrorismo psicológico. Lo trató realmente como basura. Yo mismo solía perder los estribos con Danny Williams y me ponía a gritarle». De hecho, Malanga creía que Warhol había sido tan culpable como cualquier otro del maltrato al joven. No habría ayudado el hecho de que este anduviera a la caza de una parte de la empresa del artista, una jugada que a este se le habría antojado presuntuosa y amenazadora. «Andy no puede ser al mismo tiempo el principal accionista y quien menos contribuye», escribió Williams.

En su guarida al fondo de la Factory, Williams se convirtió en un verdadero fanático del *speed* y llegó a ser el paradigma de drogadicto. Se duchaba quizá una vez por semana, en las YMCA del otro lado de la calle. «Danny pasó de ser un tipo aseado de Harvard a ser el drogata más desastroso», decía Gerard Malanga. Tavel, que había vuelto de visita a la Factory, pintó un trágico retrato del joven, «de aspecto cada vez más extraño, con el pelo enmarañado, las gafas rotas y progresivamente entregado a las anfetaminas»:

> Solía sentarme junto a Danny en su enorme escritorio y le veía rascar la mugre de su cincelado con un centavo. ¡A cuántos adictos al *speed* he contemplado hacer eso con asombro! Pero los demás, como Ondine, charlaban sin parar al compás de sus quehaceres domésticos. Siempre le moqueaba la nariz. Danny sorbía un poco, pero por lo demás estaba muy tranquilo.

En julio, Williams se presentó en la casa de sus padres en Rockport, Massachusetts. Después de una cena familiar normal, cogió el coche de su madre para dar una vuelta. El vehículo fue hallado aparcado en un muelle cercano a una ensenada rocosa donde al joven le gustaba bañarse antaño.

Tavel decía que una tarde en la Factory recibió una llamada de la madre de Williams pidiendo noticias de su hijo y que Warhol se negó a ponerse al teléfono. «¡Oh, qué fastidio! —se supone que habría dicho —. Él es un fastidio y ahora ella también. […] Me importa un pimiento dónde esté. No es más que un adicto a las anfetaminas». Si Williams hubiera estado simplemente de parranda, los comentarios de Warhol podrían haber parecido desagradables, pero también más o

menos ciertos y del todo normales viniendo de un ex al que había decepcionado su antiguo amante. El comportamiento de nuestro artista solo ha llegado a antojarse terriblemente despiadado porque jamás se volvió a ver a Williams. Tan solo se encontró más tarde su ropa, doblada en la orilla del mar.

No mucho después de la desaparición, tal vez en un momento de arrepentimiento pasivo-agresivo, Warhol pidió a un amigo que escribiera una amable carta a la señora Williams diciéndole que las películas experimentales de su hijo desaparecido tenían un «brillo innato»: «Me consta que Andy Warhol también era y es de esta opinión. Las ideas que [Danny] le ha dado a uno de los artistas más destacados de nuestra nación serán de gran valor para la especie humana en los años venideros».

Con su pinta de tipo guay.

26
1965

ANDYMANÍA EN EL ICA DE FILADELFIA | WARHOL ESCULPE SU PERSONAJE ARTÍSTICO

«Supongo que todo se volverá tan simple que todo será arte».

> REACCIÓN DEL PÚBLICO A LA EXPOSICIÓN DE WARHOL: Sería gratificante pensar que el público de Filadelfia tiene tanto interés por el arte que las exposiciones reciben una enorme cobertura en la prensa y estas acaban prolongándose durante varios días. Aun si ese fuera el caso, habría algo extraño en el hecho de que las piezas artísticas hayan sido retiradas el segundo día después de la inauguración. Si alguna vez fuese necesario documentar el hecho de que la principal fuente de interés para el público es el artista, y no el arte, seguramente este lamentable episodio lo deja claro. No puede haber un mayor florecimiento del culto a la personalidad.

Esas líneas, que se publicaron en el boletín de una aburrida galería de arte de Filadelfia, son parte del revuelo que provocó la primera exposición de Warhol celebrada en un museo. Se inauguró en octubre de 1965 en el Instituto de Arte Contemporáneo (ICA, por sus siglas en inglés), una institución nueva, sin colección propia y ubicada en el campus de la Universidad de Pennsylvania. Para anunciar la exposición, el ICA envió por correo nueve mil copias de una imagen del sello verde de S&H creada por Warhol. (Aunque, como este estaba demasiado ocupado y no llegaba a tiempo para producirlas, las hizo el propio director del museo y firmó después con el nombre del artista las copias de «edición limitada», que se vendían a diez dólares). Gracias al aluvión publicitario, la inauguración de la exposición, abierta al público —lo que era, en sí mismo, un nuevo concepto de relaciones públicas—, se convirtió en una jaula de grillos. «Me encargué de la inauguración como si fuera un evento de la industria del espectáculo. Porque eso es lo que era, lo que debía ser: un evento mediático —contó el nuevo director del ICA, un hombre con muy buenos contactos—. Había cuatro cadenas de informativos de televisión. Periodistas de todas las revistas, estaba toda Nueva York, todo el famoseo, al que conseguí liar. […] Así, no cupo ninguna duda de que el acontecimiento eran Andy y sus superestrellas».

La policía del campus se encargó de controlar a la multitud mientras

los fans del artista aguardaban a que se abrieran las puertas a las 21.00, horario más propio de un club nocturno que de una exposición. Durante la primera hora llegaron más de mil seiscientas personas, pero a partir de entonces, la afluencia de gente fue demasiado grande para poder controlarla. El ICA había anunciado que la inauguración «evocará el ambiente de trabajo del señor Warhol: música, baile, gente, filmaciones… y contará con cobertura periodística y televisiva» y, como era esperable, el propio director del instituto, Sam Green, había pintado los suelos de color plata y había hecho instalar dos tocadiscos en los que debía sonar lo último en rocanrol. Sin embargo, aparte de aquellos añadidos, lo único que encontraron los visitantes y los cámaras de televisión fue un conjunto de galerías con las paredes prácticamente vacías salvo por la presencia de algunos clavos. La noche anterior, durante una visita «privada» que se había puesto hasta arriba de gente, algunas obras habían sufrido daños, así que la galería decidió no correr el riesgo de que una multitud aún mayor de estudiantes provocara más desperfectos. Una de las críticas presentes comentó con ironía que jamás había visto una exposición más hermosa de «clavos negros sobre paredes blancas», y otra de las visitantes se lamentó de que la multitud hubiera acudido, sin duda, «atraída más por el famoseo que por el arte». Exactamente.

«A las 21.45 se encendieron las luces en la trastienda y entraron revoloteando Andy Warhol y su séquito. Él llevaba una camiseta negra, una chaqueta negra, pantalones negros y unas gafas de sol envolventes amarillas. Iba vestido como un motociclista —decía un reportaje publicado por una revista mensual de Filadelfia, que, claramente, había sido encargado antes de que se inaugurara la exposición—. Junto a él estaba su amiga Edie Sedgwick, una veinteañera delgada, vestida con un vistoso jersey de tubo de color rosa que llegaba hasta el suelo». También estaban Malanga, Karp y Geldzahler, además del crítico de arte David Bourdon, Brigid Berlin y algunos otros de los miembros de la «banda de jaraneros del mundillo pop art» de Warhol, en palabras de un periódico local. Pero la presencia del séquito no bastó, ni mucho menos, para mantener a nuestro artista a salvo de las hordas. Escoltados por la policía, sus acompañantes y él tuvieron que batirse finalmente en retirada por una escalera de hierro forjado que ascendía en zigzag hasta el tejado, sin salida. (La galería estaba ubicada en una gran torreta victoriana que en sus orígenes había sido la biblioteca de la universidad; la inútil escalera era una reminiscencia de aquellos días). Warhol y sus amigos se refugiaron en el rellano de aquella escalera a ninguna parte y, allí atrapados, observaron a sus admiradores con una mezcla de asombro y temor: en las fotos de aquel día se ve un mar de caras mirándolos boquiabiertos. Cuatro policías se encargaban de mantener a raya a la

multitud y de recoger distintos objetos para que Warhol los autografiara. Este, o más frecuentemente sus acólitos, estamparon con diligencia la firma del artista en toda una suerte de billetes de tren de cercanías, cartulinas de doblar camisas, envases de comida para bebés y, claro, las latas de sopa Campbell's que sus fans llevaron para que se las firmara. Sedgwick, que aquella noche se encargó en gran parte de los autógrafos, se dedicó también a bromear con el público usando las mangas absurdamente largas de su vestido rosa de Rudi Gernreich, como si fuera un marinero echándole el anzuelo por la borda a un bacalao. Debido a la cantidad de gente que allí se agolpó, tres de los fans cayeron por una ventana y acabaron en el hospital. Las imágenes televisivas muestran al gentío comportándose «como beatlemaniacos», en palabras de un espectador, lo que suena tan preciso como revelador. «¡Queremos a Andy!», gritaban los devotos. «¡Coged su ropa!». En algún momento de la noche, el artista entregó sus enormes gafas nuevas a un admirador, quizá del mismo modo en que una salamandra abandonaría su cola al verse presa entre las garras de un halcón. (Cuando las cosas se calmaron, envió a Sedgwick a recuperarlas).

Tras permanecer atrapados en aquel limbo gran parte de la noche, Warhol y compañía fueron rescatados por los bomberos, que abrieron una trampilla en lo alto de las escaleras: «Llegaron, la desbloquearon con unas palancas y nos llevaron hasta otro piso, cruzamos entre las estanterías de la biblioteca, bajamos por la escalera de incendios adosada a un costado del edificio y nos metieron en coches de policía», contaba Sam Green, director del ICA, que compartió aquella suerte con Warhol.

Su nombre completo era Samuel Adams Green, tenía veinticinco años, era amante del arte y había llegado al puesto más alto del ICA el año anterior. Su ascenso tuvo tanto que ver con la ascendencia yanqui de su nombre, y con sus contactos con el escalafón más alto de la sociedad de Filadelfia, como con sus profundas raíces en el mundo del arte de vanguardia neoyorquino. Green había sido el anfitrión de aquella fiesta con el suelo cubierto por alfombras de pieles que se celebró después de la exposición de las *Flores*. En todas las fotos que tenemos de Andy Warhol en el mundillo del arte de Manhattan durante los años siguientes, puede detectarse la característica barba estilo collar, sin bigote, de Sam Green.

El ICA se había fundado hacía poco, en 1963, en teoría con el objetivo de acercar a los estudiantes a lo último en cultura visual, pero, en realidad, su dirección era más proclive a montar exposiciones sobre Renoir y Gauguin. Si la de Warhol llegó a celebrarse fue solo porque el instituto carecía de los fondos necesarios para montar exposiciones de tal prestigio, y también gracias a la brillante

capacidad de negociación y diplomacia de Green. Este consiguió que la presidenta de la junta —la señora de Horatio Gates Lloyd hijo, conocida como Lallie— fuera invitada a una elegante cena en Nueva York en la que sentaron a Warhol a su lado como entretenimiento. Green contó luego cuánto le alegró ver que su artista abandonaba aquella noche su «pose tímida y monosilábica» y hacía todo lo posible por caerle bien a su vecina de mesa.

> Lallie Lloyd le dijo:
>
> —Oh, señor Warhol. Me complace mucho que esté considerando nuestro diminuto e insignificante museo de Filadelfia para exponer su trabajo. Por lo que cuenta el señor Green, entiendo que es tremendamente interesante, y lo espero con entusiasmo.
>
> Y Andy respondió:
>
> —Oh, señora Lloyd, me parece genial que le interese mi obra porque creo que Filadelfia es un lugar genial. Y creo que usted también es genial. Ahora estoy haciendo películas […]. Sería genial si quisiera salir en una de nuestras películas.
>
> —Vaya, señor Warhol, nadie me ha propuesto algo así antes. ¿Qué tendría que hacer?
>
> —¿Podría follar con Sam?
>
> Ella ni se inmutó. Y respondió:
>
> —¿Podría llevar los ojos vendados?

Si Warhol podía permitirse ser así de descarado, posiblemente fuera porque ya hacía tiempo que tenía el acceso abierto a la flor y nata de Filadelfia. Desde hacía años, frecuentaba la casa del eminente coleccionista de arte Henry McIlhenny, primo lejano de Green y miembro del patronato del venerable Museo de Arte de Filadelfia, así como de la junta directiva del ICA. Este hecho solo puede haber jugado a favor de Green en su defensa de la exposición de la obra de Warhol, a pesar de que el propio McIlhenny no era ni mucho menos fan del artista. «Todo el mundo sabía que él odiaba aquellas cosas —contó el director del ICA—. Las ridiculizaba, pero me apoyó».

Cuando Warhol conoció a McIlhenny, a finales de la década de 1950, su mansión de Rittenhouse Square había acogido ya varias veladas gais para nuestro artista y sus amigos «decoradores», y mantuvieron el contacto aun cuando este empezó a frecuentar círculos menos agradables. «A Henry le encantaba que aquellos artistas tan radicales y tan antiarte fueran a su casa a comer, o a tomar una copa, o a pasar la noche. Llevé a Andy Warhol y la pandilla (Baby Jane Holzer y demás) varias veces a pasar la noche en Rittenhouse Square —contó después Green—. Le encantaba». Una noche que Taylor Mead estaba en la fiesta, o así lo contaba aquel, el estirado mayordomo de McIlhenny se acercó a preguntarle qué deseaba desayunar al día siguiente, «y Taylor lo miró de arriba abajo con aquel ojo de párpado lánguido, y de abajo arriba otra vez, y se produjo un largo silencio. Y hubo como una especie de confrontación entre el formal mayordomo y

aquel bohemio desaliñado, y todas las señoras se callaron y la habitación quedó en silencio, y Taylor esperó mirándolo de arriba abajo y contestó: "A ti". Y el mayordomo ni pestañeó, y le dijo sin inmutarse: "Sí, señor, ¿y desearía algo más?"». La noche de la visita de los vip al ICA, Warhol y sus amigos cenaron en la mansión de Horatio Gates Lloyd hija, ubicada en la estilosa zona de la Main Line de Filadelfia, y después fueron a dormir a casa de McIlhenny.

Sin embargo, no toda la ciudad estaba preparada para Andy Warhol. Una pandilla de «matones» pertrechados con navajas y chaquetas de cuero planeó reventar la inauguración, sin duda como ataque homófobo, pero a última hora se echaron atrás. Parte de las élites de la ciudad prefirieron lanzar ataques verbales. Los estudiantes de Pennsylvania proclamaron desde su púlpito que tanto la exposición como los seguidores de Warhol eran «bichos raros» y también «desagradables»: «Se ríen de nosotros igual que nosotros nos reímos de ellos». Sus mayores, según se decía, estaban divididos entre una facción que se oponía al evento por considerarlo un truco publicitario propio del mercado del arte, y afirmaba «que la única cuestión es saber si las diversas agencias responsables de la exposición están en connivencia», y otra facción que se lamentaba de que «la forma de presentarla y publicitarla es de muy mal gusto» y que consideraba la propia muestra «estéticamente indefendible».

Warhol muy bien podría haberse confesado culpable del último de esos cargos. Para empezar, la «estética», entendida en el sentido tradicional, nunca tuvo mucho que ver con su obra, y, en todo caso, en el ICA aparecía en realidad como un artista retirado. Llevaba catalogándose así desde primavera, por lo que su primera exposición era en realidad una «retrospectiva» auténtica, miraba hacia atrás y no hacia delante. En la primera época del pop art, Warhol siempre había preferido mostrar sus últimos trabajos, las más recientes, pero la exposición del ICA estuvo repleta de botellas de Coca-Cola, billetes de dólar, *Elvises*, *Desastres* y *Cajas*, todas ellas obras ya antiguas. Las piezas más recientes que pudieron verse fueron los cuadros de las *Flores* que había concebido dieciséis meses atrás, desde entonces apenas había creado ningún objeto artístico. Incluso las películas que proyectó finalmente en Filadelfia se estaban quedando anticuadas: se mencionan extractos (solo extractos) de *Sleep*, *Eat*, *Kiss* y *Empire*, y posiblemente también un «primer visionado de escenas» de *Soap Opera*.

El «fracaso» de Warhol en su intento de abrir nuevos caminos estéticos con los objetos mostrados en el ICA subraya por qué esta exposición debería entenderse como una de las más innovadoras del artista. La estética había dado paso a una nueva concepción de las obras de arte, no estética y que marcaría una época: se trataba del

propio Andy Warhol, «el *enfant terrible* del pop art en carne y hueso».

No cabe duda de que Warhol había adoptado un papel deliberadamente más *terrible* que antes. Uno de los periódicos locales había esperado que apareciera vestido con sus «habituales mejores galas salpicadas de pintura», pero aquel fue el momento que eligió para dar un descanso a su antiguo aspecto de Andy el Andrajoso. Su aparición en el ICA vestido con ropa de «motorista» y aquellas excéntricas gafas que parecían de esquí marcaba el nuevo aspecto de engreído que estaba empezando a adoptar en aquel momento. Hasta llevaba enganchada en el cuello de la camisa una fila de imperdibles, adelantándose más de diez años a los punks. En cuestión de pocas semanas, empiezan a verse las primeras descripciones de nuestro artista con su chaqueta de cuero de motorista, que estrenó en un viaje a Filadelfia en el que completó el conjunto con un látigo. Warhol contó luego que sacó la idea del cuero de las costumbres sadomasoquistas de su viejo amigo Wynn Chamberlain, y que la usaba para interpretar su nueva personalidad de tipo duro. A partir de ese momento, así se le ve en los vídeos y las fotos. Aquel estilo pregonaba que Warhol y su Factory eran parte de la cultura gay, pero además le daban un matiz agresivo muy diferente de la expresión lánguida que había mantenido durante los años cuarenta y cincuenta.

Si en tiempos se había vendido a los clientes comerciales y a los coleccionistas como un tipo agradable y excéntrico pero moderado, ahora deseaba aparecer ante el público general como una fascinante amenaza. El roquero Lou Reed, que conoció a Warhol un par de meses después de la inauguración de la exposición del ICA, estaba asombrado por la escala de la transformación: «Si piensas en cómo era cuando se encargaba de la dirección artística de los escaparates y todo eso, con el traje, la corbata y toda la pesca; y, de pronto, un día, ¡BUM! Ya no es Andy Warhola, es Andy Warhol. Con los Levis y la peluca y la chaqueta, ¡fabuloso! Se creó a sí mismo, no podías no amarlo. Yo miraba todo aquello con la atención de un halcón».

En julio de 1965, el panfleto publicitario de una exposición en una galería —nada menos que en Buenos Aires— aún podía seguir comparando a Warhol con Peter Pan, «tan dulce y serio, tan infantil y comercial, tan inocente y elegante». Pero ya en septiembre, nuestro artista apareció en una fiesta de la jet set «como recién salido de una vieja película de Béla Lugosi, con una larga capa negra». En octubre, la misma mañana de la inauguración pública en el ICA, el periódico de la ciudad describía a Warhol como salido de «Spook Hollow».

Las pausas vacías con las que salpicaba su discurso, que en su momento habían parecido dulces y desmañadas, como el tartamudeo

de Jimmy Stewart, empezaban a sonar, de pronto, más bien como un equivalente al recelo en los ojos entrecerrados de James Coburn. O quizá estaba más cerca de emular el silencio enfurruñado de un drogadicto, lo que significa que Warhol estaba tratando de convertirse en uno de sus propios Topos. ¿Y por qué no? Si aquellos personajes le parecían infinitamente fascinantes, ¿por qué no iba a sentir lo mismo el público estadounidense, teniéndole a él como un ejemplar perfecto de aquella clase de gente?

Actuando en el papel protagonista de la mayor de sus superestrellas, Warhol mantenía el control total: las veinticuatro horas, siete días a la semana. Y el show de Andy no tenía por qué acabar nunca. A diferencia de tantas otras superestrellas de la Factory, Warhol jamás tuvo un apodo público, como fue el caso de Ultra Violet, Viva, Billy Name y Mary Might (también conocida como Woronov). Para que su estrategia funcionara, debía seguir siendo Andy Warhol, el mito.

Cuando el *Village Voice* asignó a David Bourdon la tarea de reseñar la inauguración de la exposición de Filadelfia —¿acaso se habían molestado alguna vez en cubrir lo que ocurría en aquella ciudad?—, el severo crítico de arte dedicó suma atención al culto a la estrella allí vivido y apenas una palabra a la obra en sí. La misma inauguración aún seguía apareciendo en la prensa seis semanas después, y se comentaba hasta en lugares tan alejados como Shreveport, Luisiana.

La revista de Filadelfia que cubrió el jaleo del ICA abría el artículo con un primer plano del rostro de Warhol con las extrañas gafas amarillas a toda página, dejando bien claro que su reportaje sobre las escenas multitudinarias trataba, en realidad, sobre la nueva «Andymanía». El artículo del *Village Voice* se titulaba, de hecho, en un guiño a los Beatles, «Help!». La noche de la inauguración en aquel ICA con las paredes vacías había posicionado a Warhol como una figura monumental en la cultura contemporánea. Como señaló un observador: «Nadie se quejó de que faltaran las obras; todo el mundo estaba perfectamente dispuesto a contentarse con la personalidad, o, más bien debería decir, con el personaje».

Bourdon, que conoció a Warhol en la década de 1950, cuando todavía era «un pícaro muy divertido», fue testigo de su transformación en ese nuevo yo a mediados de la década de 1960:

> Cuando lo veía en público —igual estábamos en la misma fiesta o en el mismo evento público—, pasaba por mi lado sin saludar ni sonreír siquiera, y con una expresión impertérrita. Actuaba así prácticamente con todo el mundo, porque se dedicaba a proyectar su personalidad misteriosa. Pero luego, en cuanto llegaba a casa, me llamaba y empezaba a comentar la fiesta con gran detalle: «¿No te parece que tal o cual estaba espantoso?», «¿No se ha comportado fatal no sé quién?».

Muy pronto, en el verano de 1964, el más inteligente de los críticos

jóvenes de *The New York Times* había escrito ya un artículo entero afirmando que el pop art dependía de «la idea de que el artista es una especie de actor, director de escena, intérprete o mimo». Lo decía, en gran medida, de forma metafórica, considerando que la propia obra de arte era la «interpretación» que efectuaba esa nueva clase de artista. Sin embargo, no estaba muy lejos de pensar que, al menos en el caso de Warhol, el propio artista era el intérprete así como podía ser también la obra de arte en exposición. Y, a finales de la década de los sesenta, un buen número de escritores estuvieron dispuestos a recorrer aquella distancia.

Cuando el ICA invitó al crítico de arte Gene Swenson a dar una conferencia sobre Warhol durante la exposición, la tituló «La personalidad del artista», el mismo encabezamiento que había usado dieciocho meses antes en su artículo sobre la muestra de las *Cajas de Brillo* en la galería Stable. Pero en aquel momento, el título había reflejado su tesis de que la personalidad de Warhol no tenía absolutamente nada que ver con su obra, mientras que, en el ICA, Swenson reconocía la incontrovertible realidad de que, le gustara o no, el arte de nuestro artista se había vuelto indistinguible de su persona, o quizá hasta había sido reemplazado por ella: «Andy y Edie son, simplemente, estrellas. Hasta yo he sido capaz de darme cuenta».

Otra panorámica sobre la exposición concluía que esta no tenía que ver con el arte en absoluto, sino con el «teatro del absurdo». Warhol, en su calidad de actor principal del mismo, debió de sentirse complacido por aquel desprecio. Siempre había habido algo teatral en la forma en la que se negaba a verse atado a los hechos simples de su existencia; en cómo moldeó siempre su mito y su personalidad a su propia conveniencia y para complacer a los demás. «Miente sobre su edad, miente sobre su lugar de nacimiento. Cuando lo entrevistan es, básicamente, un mentiroso», dijo una vez Malanga, y Warhol advirtió a su propia madre que no contara nunca la verdad. Esto acabó generando una extraña contradicción, incluso una paradoja. Nuestro artista fue convirtiéndose, cada vez en mayor medida, en el creador más evidente de sus propias obras, el famoso consumidor de sopa detrás de las latas de sopa Campbell's. Pero, al mismo tiempo, eso hacía que su personalidad pareciera cada vez más incógnita y difícil de identificar. Cuanta más importancia daba la impresión de adquirir la figura de Warhol como clave para entender su obra, menos explicaba al respecto. Se estaba convirtiendo en el signo de interrogación en el centro de sus imágenes, algo ineludiblemente presente y, sin embargo, opaco por completo. En su siguiente autorretrato, la famosa imagen con la mano en la boca de mediados de 1966, se presenta a sí mismo como una esfinge muda, un creador de acertijos que se niega a responderlos.

Al leer los artículos sobre Warhol de aquella época, la idea de que «la principal creación de Andy Warhol es el propio Andy Warhol» se vuelve tan común que llega hasta a parecer un cliché sin valor. Para finales de la década, era la premisa que sostenía un artículo entero de la revista *Vogue*: «"Andy Warhol" es una ficción, un disfraz —proclamaba—. "Andy Warhol" es la mayor superestrella de Andy Warhol». Pero si no podemos considerar dicha idea como un cliché es porque no fue algo concebido únicamente por los periodistas con el objetivo de dar una perspectiva ingeniosa a sus artículos. Para algunos de los artistas más osados y serios de la época de Warhol, el intento de fusionar arte y vida y de hacer de esta una obra de arte se convirtió en una prioridad en toda regla.

La generación posterior a la era del expresionismo abstracto quiso abandonar la altiva concepción del arte que había mantenido el movimiento, la búsqueda de un arte puro con objetivos puramente artísticos, en contraposición a «lo instrumental de la vida cotidiana», tal como lo expresó un experto. Dos de los primeros apóstatas del expresionismo abstracto, Larry Rivers y Frank O'Hara, pregonaron el advenimiento de una nueva forma: «Decimos "la vida antes que el arte". Las demás posiciones se han hundido en el tedioso pantano de la dedicación […]. La naturaleza misma del arte, al contrario que la vida, supone que en el primero (el arte), uno debe ser la verdadera máscara del sufrimiento, mientras que en el segundo (la vida), toda la escena debe ocuparla solo el blanco de los dientes. Lloramos en el arte. Cantamos a la vida». John Cage, a la cabeza del embate que estos pregonaban, incluyó en sus composiciones sonidos de despertadores y reclamos para patos. «El arte puede operar en la manera de la vida», solía decir, y esto llevó a los amigos bailarines de Warhol en la Judson a incluir en sus coreografías pasos tomados directamente de los movimientos de la gente que veían por la calle.

Robert Rauschenberg, llevando al extremo la idea de Cage, pronunció la gnómica y enormemente influyente frase de que él creaba su obra «en la brecha entre» el arte y la vida. Tal como lo explicó uno de los primeros comisarios del pop art, esto significaba (entre otras cosas) que cuando el artista pegaba el cuello de una camisa de verdad en una de sus pinturas «combinadas», eliminaba toda posibilidad de distinguir entre el artículo como «indumentaria y como un dispositivo pictórico emotivo». A un escritor le pareció que aquel era un movimiento tan importante que acuñó la expresión *combine generation* para designar a la juventud de la década de 1960.

En los primeros días del pop ya habían aparecido signos de aquella fusión entre arte y vida que defendía Rauschenberg. «Los artistas pop

han intentado que el arte se adhiera directamente a la vida que le rodea», dijo uno de los primeros críticos, y otro describió el pop art como «un constante entrecruzamiento entre aquello que se denomina arte y aquello que se denomina vida».

A todas luces, Warhol acometió dicho entrecruzamiento de forma más completa que ninguno de sus colegas artistas: en realidad, las primeras obras que creó basadas en anuncios habían comenzado su andadura como publicidad para prendas de ropa en el escaparate de Gunther Jaeckel; habían pertenecido a la «vida» antes de convertirse en «arte». Cuando sus cuadros de *Latas de sopa* se expusieron por primera vez, parte de los espectadores pensó que bien podrían ser latas de sopa de verdad. En el primer libro que se publicó sobre pop art, escrito por un amigo y fan de Warhol, se afirmaba que los artistas pertenecientes al movimiento estaban dispuestos a ir aún más allá que Rauschenberg, hasta borrar por completo toda distinción entre arte y vida, lo cual enfureció sobremanera a uno de los críticos del libro.

Claro que todo esto funcionaba, principalmente, como una hipérbole: los objetos que creaban la mayoría de los artistas pop, incluido Warhol al principio, se situaban sin duda en el lado perteneciente al arte que marcaba la «brecha» rauschenbergiana, por mucho que dichos objetos pudieran hablar también de un mundo más allá del arte. Incluso los ocasionales *happenings* de los artistas pop eran claramente producciones propias del mundo del arte, apropiaciones de aspectos del día a día, nada artístico, de la mayoría de los estadounidenses. No estaban pensados para programas televisivos generalistas como *The Ed Sullivan Show*.

Pero había también unos pocos artistas más a la vanguardia que no estaban trabajando «en la manera de la vida», como decía Cage, sino que se esforzaban todo lo posible para hacer que algunas instancias de la vida contaran como arte.

En Nueva York, George Maciunas, líder del grupo Fluxus, con el que Warhol mantenía un contacto regular, había publicado un manifiesto llamando a los artistas a «PURGAR al mundo del arte muerto, de la imitación, del arte artificial, abstracto, ilusionista» y promover, en cambio, «el arte vivo, el antiarte, promueve la REALIDAD NO ARTÍSTICA para que sea comprendida por todo el mundo». Con ese espíritu, su colega Alison Knowles hizo una ensalada —como obra de arte—, y su compañera Yoko Ono ideó unas creaciones que no eran más que —ella habría dicho, «nada menos que»— instrucciones para caminar por la ciudad con un cochecito de bebé o para tocar a otras personas dentro de un grupo. (Warhol era fan de Ono. Una noche, un periodista les invitó a cenar a él y a Robert Indiana, e intentó convencerlos de que fueran al restaurante macrobiótico donde trabajaba la artista. La comida, dijo, «te hace muy sabio». Ellos se negaron. Ono no tardó

mucho en ser fotografiada en la Factory).

Un pionero aún más extremo, de nombre Alberto Greco, declaró que su nuevo «arte vivo» iba a ser una «realidad sin retoques ni transformación artística»; el artista del futuro, dijo, no trabajaría con un pincel sino con el índice, con el que señalaría simplemente las cosas que fuera encontrando. Greco dibujaba círculos con tiza alrededor de la gente en la calle para reclamarlos como sus obras de arte. Una vez desfiló frente a una prestigiosa exposición colectiva con una valla sándwich que decía «Alberto Greco, obra de arte fuera de catálogo». En 1965, organizó un *happening* que consistió en una rifa nada convencional de obras en la estación Grand Central de Nueva York, y en la que implicó a diversos artistas pop (probablemente no a Warhol). Más adelante ese mismo año, cuatro días después de la inauguración de la exposición de nuestro artista en el ICA de Filadelfia, ejecutó lo que designó como su obra maestra: se escribió en la mano «The end» y se suicidó.

Para la primavera siguiente, en un artículo de portada de *Newsweek* sobre el pop art, Warhol hizo una predicción que llevaba esta idea tan lejos como era posible: «Supongo que todo se volverá tan simple que todo será arte». Una tarde, algunos meses después, una estudiante de Historia del Arte que después llegaría a ser la mayor experta mundial en Jasper Johns estuvo observándole y escuchándole mientras Warhol trabajaba y hablaba. En su diario, anotó lo siguiente: «Desea que el arte sea para todos; desintegración total de las fronteras entre el arte y la vida, todo debería ser arte».

De hecho, al cabo de pocos años, los artistas más aventureros estaban fundando organizaciones que contaban como arte, restaurantes que contaban como arte y, en el caso de Warhol, financiando los viajes de los amigos y llamándolo arte. Les Levine, un joven artista conceptual muy admirado por Warhol, llegó tan lejos en su propia redefinición que llegó a declarar que él mismo se había convertido en toda una comunidad «de poetas, artistas, ingenieros, cineastas, etcétera».

Esta era la vanguardia con la que Warhol se estaba codeando por la época en la que jugaba a reinventarse, aquella noche de octubre, en Filadelfia. Hacia el final de la década había alcanzado su cénit, y un crítico concluyó que «en todas las cuestiones, incluida la del diálogo entre arte y vida, ha adoptado la posición más extrema».

Ya en la primavera de 1963, en el catálogo de la innovadora exposición «La imagen popular», celebrada en Washington, se le puede ver jugando con esa idea de ser él mismo una obra de arte. En el volumen, los editores emparejaron imágenes de los artistas y de sus obras, pero en la página de Warhol no se nota la diferencia: se imprimió una copia de uno de sus cuadros de *Sopa Campbell's* junto a

una de sus clásicas tiras de fotomatón donde aparece con gafas de sol, provocando la confusión entre el hombre, su imagen y su obra. Dos años más tarde, uno de los primeros libros publicados sobre pop art oficializó esta confusión: «La imagen que presenta al mundo está compuesta con tanto cuidado como cualquiera de sus pinturas… todo en él está calculado para realzar la imagen. Y la creación funciona. Como si fuera una pintura o escultura totalmente producida, Andy Warhol tiene presencia».

Gracias al personaje de *celebrity* que estaba construyendo, consiguió realmente convertir su vida en una «obra de arte» que millones de estadounidenses introducían en sus casas cuando abrían el periódico o encendían la televisión. Como afirmó su acólito Paul Morrissey, «en realidad, la biografía de Andy debería escribirse solo a partir de sus recortes de prensa […]. Es lo que más cerca está de la verdad». Hacia mediados de la década de los sesenta, era mucho más probable que la mayoría de la gente corriente hubiera oído hablar del extraño Andy Warhol y su extravagante Factory que de las virtudes o los defectos concretos de los objetos pop que creaba. Hasta es posible que hubieran oído que había dejado de producirlos, un gesto excéntrico que lo único que conseguía es que le prestaran más atención, no menos.

Uno de los primeros intentos de dedicar un libro exclusivamente a Warhol, y el mejor de ellos aunque por desgracia nunca fue publicado, lo señalaba como el culmen de «esa curiosa pero significativa tradición en la que el artista es su propia obra de arte». Una tradición, decía el autor, en la que se encontraban escritores como Byron, Whitman y Rimbaud, así como una serie de artistas modernos que se extendía desde Duchamp («el gran precursor») hasta Dalí, Dubuffet e Yves Klein, y que culminaba en Warhol.

No menciona otros precedentes —femeninos— más recientes en su línea temporal, pertenecientes a los márgenes de su propia escena pop y que podrían haber sido igual de importantes para el propio Warhol. Chryssa era una artista griega que pintaba unos cuadros similares a páginas de periódico y que también podrían haber sido una influencia para Warhol. Era conocida por su teatralidad radicalmente bohemia, igual que la japonesa Yayoi Kusama, con quien nuestro artista expuso en su primera muestra colectiva y que afirma haberlo inspirado. La escultora Marisol, con la que este entabló una relación bastante cercana a principios de los sesenta, era aún más excéntrica en público. En 1965, en el momento en que Warhol estaba perfeccionando su propia personalidad vampírica, *The New York Times* hablaba de la «leyenda de Marisol» como el fenómeno que ella misma había construido en torno a su apariencia exótica —«elegancia española con un toque gitano»— y su «misteriosa reserva, su voz lejana y susurrante, atonal, como la de un sonámbulo». Uno de sus colegas

artistas dijo una vez que estar cerca de Marisol era «como estar junto a un manto de neblina o una nube vaporosa», que es muy similar a lo que contaba la gente sobre Warhol, al menos una vez desarrolló por completo su personalidad de hombre misterioso en el cénit de sus años pop. (Otra mujer del mundo del arte, su marchante, Ileana Sonnabend, mantenía la misma actitud velada).

El artículo de *The New York Times* sobre Marisol citaba al propio Warhol en la entradilla, que la llamaba, entusiasmado, «la primera chica artista con glamur». Empezando por Georgia O'Keeffe y Frida Kahlo, a las mujeres artistas modernas no les quedaba más remedio que construirse un personaje inusual, pues la sociedad occidental no ofrecía modelos sobre cómo ser una mujer que se dedica al arte. Como hombre ostensiblemente gay, Warhol se encontraba casi en el mismo barco que todas ellas; no es de extrañar que aprendiera de su ejemplo.

Pero nuestro artista se puso como objetivo esculpir su imagen más en serio que Marisol o cualquiera de sus predecesores, lejanos o recientes, hombres o mujeres. Todos ellos habían creado obras susceptibles de ser apreciadas independientemente de la teatral presencia de su creador. Byron, célebre seductor, escribió versos satíricos que podían gozarse, sin importar que uno deseara o no tener la oportunidad de apreciar los placeres de su cama. Las obras de la exposición de Chryssa en el Guggenheim no tenían nada que ver con la reputación salvaje de la artista; eran más bien pacíficas. Mientras que, en el caso de Warhol, especialmente una vez que se «retiró» como pintor, su personaje reemplazó casi por completo al arte.

Podría decirse incluso que allí donde sus predecesores se habían valido de su personaje para vender al público su trabajo, Warhol usó su obra como utilería en la escenografía de su vida. La repetición interminable de sopas y Marilyns no rendía verdaderos dividendos artísticos, excepto en la medida en que lo mantenía instalado en el marco del personaje de Andy Warhol, famoso creador de *Sopas* y *Marilyns*. Dichas obras funcionaban como «atributos» suyos, igual que sus superestrellas, signos distintivos de su presencia en la cultura.

En el verano de 1966, Ethel Scull, coleccionista de Warhol, se quejó de él hablando con Allan Kaprow, el pionero del *happening*: «La pena de Andy es que es solo relaciones públicas. El pobre se olvida de que es un artista», le decía ella. «Ese es su arte», le respondió él, y Scull no pudo por menos que darle la razón. Hasta los propios acólitos de Warhol pensaban en la misma línea: «Andy es un promotor que también crea cosas, y su mayor creación es él mismo», dijo Paul Morrissey.

El paralelismo más próximo a esa fusión total entre el arte y la persona de nuestro artista lo encontramos en Pauline Boty, una de las pocas artistas femeninas implicadas en la versión británica del pop art.

Pintaba iconos de la feminidad de la posguerra como Marilyn Monroe, pero también adoptó un papel público en el estilo de ese tipo de estrella de cine y aparecía en los medios británicos como el paradigma de rubia mod. En una fotografía de 1962 aparece delante de uno de sus cuadros de Marilyn adoptando exactamente la misma pose sexy que tiene la actriz en la pintura. Pero, en esa instantánea, como en todas sus apariciones públicas, el personaje que adoptó como «la rubia» puede interpretarse también como una pulla inteligente e irónica a dichos clichés. «A menudo, las actrices tienen cerebros diminutos. Los pintores suelen tener barbas frondosas. Imaginen una actriz inteligente que también es pintora y rubia, y ahí tienen a Pauline Boty», escribió un periodista británico, a todas luces igual de confundido por la diversidad de papeles que interpretaba Boty como lo estaban los periodistas estadounidenses ante la propia combinación warholiana de pintura perspicaz y el personaje de «rubia tonta». No hay duda de que nuestro artista conocía la obra de Boty: se había topado con el pop art británico muy al principio, y la revista *Life* había publicado a doble página el cuadro de Marilyn Monroe de esta, en un artículo en memoria de la estrella que hablaba de su presencia en el arte. Warhol debió de tenerlo en el radar, aunque solo fuera porque sus propias *Marilyns* estaban extrañamente ausentes en el artículo. La cuestión de si la personalidad de la artista influyó o no en la de Warhol es algo que quizá nunca podamos resolver. Boty murió de cáncer en 1966.

La maniobra warholiana de entender la vida como arte, igual que Boty, podría, quizá, recordarnos al gesto de Duchamp con su urinario: tomar algo que no es arte y declarar que lo es. Pero hay aquí una diferencia crucial: Warhol no se limitaba a declarar, por decreto, que su persona era una obra de arte; lo que hizo en realidad fue tratar de convertirla en tal, en el sentido tradicional del arte moderno; deseaba que fuera intrigante, extraña y diferente a cualquier otra que pudiera existir. En lugar de exhibir lo «ordinario», como había dicho que deseaba hacer con sus *Cajas*, Warhol enmarcó su vida pública como algo verdaderamente extraordinario, e incluso, me atrevería a decir, como algo artístico. Si la imagen pública de Dalí parecía una de las caricaturas que cuelgan en la pared de la fama del restaurante Sardi's, en Broadway, la de nuestro artista era compleja y multicapa, más como un buen Picasso. O, para el caso, un buen Warhol.

Para llegar a ser considerado él mismo como la mejor de sus propias creaciones, debía ser tan inclasificable, tan ambiguo y tan polivalente como sus *Sopas* o sus *Desastres*. A Byron sí era posible describirlo: era un canalla romántico y sexy (aunque sus versos podían ser muy controlados). Dalí era, sin duda, un surrealista loco (aunque su pintura podía ser bastante clásica). Pero, Warhol, ¿qué era, exactamente?

Warhol era tan críptico como cualquiera de los objetos que hacía, y en el mismo sentido.

El filósofo Arthur Danto entendía el personaje de Warhol como un primo hermano de sus imágenes pop. Tras la muerte de Warhol, escribió: «Con este artista, cuya imagen personal es casi única entre los artistas, somos uno, pues adquiere esta una realidad que está a la par de sus temas artísticos, con los que él es uno».

Esta elaboración propia de su imagen permitía a Warhol salir indemne de todo tipo de líos peculiares, e incluso vergonzosos —desde disfrazarse de Robin, el compañero de Batman, durante una sesión de fotos para *Esquire* en 1966, hasta aparecer en *Vacaciones en el mar* en 1985—, porque, a partir de 1965, podía entenderse que todo lo que hacía era simple afectación. Sus ridiculeces eran actuaciones de «Andy Warhol» la obra de arte, no el comportamiento natural de Andy Warhol, el artista.

Si bien existe una larguísima tradición de héroes estadounidenses hechos a sí mismos —que se inaugura mucho antes del Jay Gatsby de F. Scott Fitzgerald—, Warhol estaba llevando el tema a un sitio bastante distinto. O quizá estaba usando dicha tradición como materia prima, como utilizaba una lata de sopa Campbell's. En vez de crearse una nueva imagen fija que habitar y usar, produjo una imagen inestable, incoherente y, a menudo, opaca o desconcertante para sus observadores. Es decir, la autocreación de Warhol suponía la creación de una verdadera obra de arte moderno.

Es importante reconocer todo el cuidado que Warhol puso en la construcción de su personalidad pública. Como ha subrayado un crítico, existe una diferencia entre la imagen que cultivó de artista «libre, excéntrico, guay, amigo de las drogas e indudablemente pervertido» y la realidad de su existencia doméstica con su religiosa madre, donde evitaba «todos los excesos de cualquier tipo». Otro escritor ha contado su sorpresa por lo que se encontró el día en que conoció, por fin, a Warhol en persona. «Conocerte ha sido bastante sorprendente —le dijo al maestro—. No sé lo que me esperaba, supongo que, después de todo lo que he leído, esperaba encontrarme a un ser etéreo, como de otro mundo. Pero pareces una persona con los pies en la tierra». Muchos años después, nuestro artista haría la famosa confesión de que se había pasado las últimas décadas interpretando al personaje tontorrón de unos dibujos animados, vestido con un disfraz de Andy. El antropólogo Edmund Carpenter le dijo a su amigo Marshall McLuhan, el gran teórico de los medios, que quizá le interesaría conocer a uno de sus fans, Andy Warhol, «un tipo extremadamente interesante que habla muy bien, una vez que deja

atrás la pantomima del “¡jo!” y el “¡guau!”».

Un fotógrafo dijo lo siguiente sobre la inteligencia que nuestro artista ocultaba con tanto cuidado tras su fachada de indolencia: «Cuando no había nadie más, Andy y yo manteníamos conversaciones sobre teoría del arte. El marco: ¿qué podemos hacer con el marco? ¿No es una tiranía, el marco? ¿Cómo deshacerse del marco? […]. Aunque siempre afirmó que no era cierto, claro que pensaba sobre ese tipo de cosas». Otro fotógrafo, de los primeros en captar con su cámara la escena de la Factory, justo cuando esta empezaba a arrancar, dijo de Warhol que era el mejor modelo que jamás había conocido, pues siempre sabía con precisión cómo y dónde posar para garantizar que su retrato fuera atractivo.

Warhol se aseguró de tener siempre cerca a alguien con una cámara para documentar su acto de autocreación. Casi desde el principio de la Factory, había estado por allí Billy Name con la Pentax y, según fue aprendiendo y cogiendo práctica, se construyó un cuarto oscuro en el baño de mujeres. Durante varios años, Warhol estuvo animando también a un par de profesionales para que se pasaran por allí, imaginando que el resultado podía ser un libro ilustrado sobre la Factory. Después, reforzó su equipo integrando a Stephen Shore, un aficionado a la fotografía de diecisiete años que llegaría a convertirse en uno de los fotógrafos de arte más sofisticados del mundo; su estilo directo e inexpresivo ha sido enormemente influyente y nunca habría existido sin el ejemplo que tuvo en Warhol.

Toda esa documentación fotográfica sobre nuestro artista en sus diversos hábitats fue complementada con el registro de las palabras que allí dijeron tanto él como otras personas. A finales del verano de 1965, Warhol inició un voraz programa para grabar en cinta magnetofónica todo lo que sucedía a su alrededor. Empezó usando el primer reproductor de casetes fabricado por entonces, un prototipo que le prestó Norelco, y un año después, se pasó a la tecnología alemana más puntera al usar un magnetófono de bobina abierta que le permitía grabar durante ocho horas seguidas y que arrastraba prácticamente allá donde fuera, a pesar de que pesaba tres kilos. «No importa lo que grabes. Grábalo todo y ya está», le dijo un día a un fan que estaba de visita al entregarle la grabadora.

Casi de inmediato, Warhol comenzó a pensar que aquellas grabaciones podrían convertirse de algún modo en parte de la producción artística de la Factory. Pronto empezaron a referirse a unas grabaciones interminables de Ondine como de una «novela grabada» y, finalmente, terminaron publicándose así.

Si bien el interés vanguardista en la autocreación otorgó un prestigio

añadido al personaje fabricado de Warhol, sus raíces más profundas se encontraban en la cuestión de quién y cómo había sido siempre: en los Estados Unidos de la posguerra no había forma posible de ser homosexual sin tener que adoptar conscientemente un papel, porque esa cultura no te transmitía la existencia de ningún yo «natural» que pudieras habitar. O actuabas en el papel de heterosexual para ocultar que eras gay, o intentabas averiguar cómo ser gay siguiendo alguno de los ejemplos que les hubieran funcionado a otros antes. Para Warhol y muchos de sus amigos, la elección fue abrazar lo *camp*. «Percibir lo *camp* en los objetos y las personas es entender el "ser como la interpretación de un papel". Es la extensión máxima, en términos de sensibilidad, de la metáfora de la vida como teatro», escribió Susan Sontag, y uno de sus seguidores explicó que «lo *camp* es principalmente una cuestión de autopresentación, no de sensibilidad». Es decir, no se trata tanto de que a uno le gusten las cosas equivocadas y de mal gusto (a muchas personas les gustan), sino de hacer saber a los demás que te gustan aun sabiendo que son así. El mayor ejemplo de ello es demostrar abiertamente tu amor por los hombres, siendo hombre.

La célebre pareja artística británica conocida como Gilbert y George empezó su trabajo con la *performance* de la homosexualidad como arte, que después duraría toda una vida, a mediados de la década de 1960, poco después de que Warhol comenzara a esculpir su propia personalidad tras su etapa en la pintura. La pareja hacía «arte que iba sobre la vida, no sobre el arte», explicaron en su atestado debut en Nueva York unos años más tarde. Como dos «esculturas vivientes», se lanzaron de inmediato a ejecutar un número de music hall tremendamente *campy* que Warhol, allí presente, pudo contemplar.

Un amigo de Warhol, Larry Rivers, explicó una vez que el auge del arte de los sesenta había puesto «en escena» más que nunca a los artistas de éxito de Nueva York, «con todo el fulgor publicitario», y uno de los primeros partidarios del pop escribió que los artistas de aquel movimiento fueron pioneros en aceptarlo «sin encubrimientos». Ser un artista pop, gay, de Nueva York y de éxito no solo te plantaba en medio del escenario en los años sesenta, sino que te ataba a esa caracterización para siempre.

Promoción de Nico y la Velvet Underground.

27
1966

LA VELVET UNDERGROUND | UNA CENA CON PSIQUIATRAS | CAÍDA DE EDIE Y ASCENSO DE INGRID SUPERSTAR

«Nuestro objetivo era molestar a la gente, incomodarla, darle ganas de vomitar».

La Velvet Underground es de lo más mediocre. Todas sus canciones duran como tres horas.

El sonido de la banda solo puede compararse al de un patio de maniobras ferroviarias, el chirrido metálico de las ruedas frenando sobre las vías. Es música para volverse loco.

Es como si fuera el producto de un matrimonio secreto entre Bob Dylan y el marqués de Sade.

Es únicamente una extrusión de nuestra patología nacional, nuestra insensibilidad social. Somos una cultura moribunda. Warhol, mientras sostiene nuestra débil mano, hace dibujos del carcinoma de nuestra alma.

Duración infinita, caos, locura, disfunción social: ¿cómo no iba a gustarle a Warhol una banda así, teniendo en cuenta que llevaba veinte años siendo un devoto de la vanguardia más agresiva? La Velvet era la versión rocanrol de *Muerte y desastres*, y nuestro artista supo ver su importancia antes de que lo hiciera el resto del mundo de la música. Si la clase media estadounidense se había quedado escandalizada —escandalizada del todo— con aquellos melenas de los Beatles que cantaban «Twist and Shout», la Velvet Underground estaba descubriendo hasta dónde podía llegar el verdadero potencial de impacto del rock.

La primera vez que Warhol vio a la banda fue a finales de diciembre de 1965, en un club de mala muerte llamado Café Bizarre, que tenía el suelo cubierto de serrín y de cuyas paredes colgaban unos murales eróticos que invocaban la mitología bohemia de un Greenwich Village en decadencia. «Un antro para turistas. —Así lo recordaba uno de los miembros de la Velvet—. El público serían unas cinco personas, entre ellas, marineros o algo así. Tocamos alguna canción y dijeron: “Si tocáis eso otra vez, os matamos a hostias”. Así que la tocamos otra vez». Como después contaría uno de sus fundadores, ese era el tipo de

energía, hostil hacia el público, que impulsaría y definiría a la banda a partir de entonces: «Creíamos que hacer malignidades era mejor que no hacer nada […]. Nuestro objetivo era molestar a la gente, incomodarla, darle ganas de vomitar».

Barbara Rubin hacía cine experimental y era igual de radical e intransigente que ellos, así que se enamoró del grupo. Una noche, no muy tarde, llevó a su amigo Gerard Malanga a un concierto y después se juntaron con ellos Jonas Mekas y Edie Sedgwick para ver otro pase. La música era tan impresionante y cautivadora que el poeta y la modelo se levantaron a bailar en un club casi vacío y en el que el resto de la gente se mantenía pegada a su silla (salvo quizá en el momento en el que se las tiraron a la banda). Sedgwick, aunque intuyó que ninguno de los miembros de la Velvet sabía tocar su instrumento, percibió la inteligencia que había detrás de tanto ruido: «No es como si estuvieran dando golpes a un montón de ollas y sartenes».

Rubin quiso filmar uno de los siguientes conciertos de la banda, así que Malanga le pidió a Paul Morrissey que le ayudara con la iluminación. Este quedó tan fascinado que al final consiguió que Warhol acudiera a una de las actuaciones. «Andy me impresionó —contaba el batería de la banda—. Yo sabía quién era; claro que lo sabía, en aquel momento él era lo más. Andy salía todo el rato en la revista *Time*. Y yo pensé: "Cómo mola"».

El famoso artista pudo escuchar canciones con títulos dignos de la Factory como «Heroin», «Black Angel's Death Song» o «Venus in Furs» (así titulada en honor al Marqués de Sade) interpretadas con una actitud y a un volumen lo suficientemente amenazantes —sin mencionar el nivel de distorsión y acoplamiento—, para que provocaran los insultos de aquellos marineros.

Es muy probable que Warhol ya hubiera oído hablar de John Cale, que tocaba el teclado y la viola eléctrica, instrumento que alguien del público describió como «un cruce entre una gaita y una pizarra». Cale había trabajado con La Monte Young, el compositor radical cuyos zumbidos habían acompañado las películas de Warhol en el Lincoln Center y que había tocado (brevemente) en The Druds, la pseudo o semibanda de nuestro artista. Cale hasta había sido anunciado, a principios de aquel mes de diciembre, como intérprete solista en un concierto de Young que se iba a celebrar en la Film-Maker's Cinematheque de Jonas Mekas, lugar que Warhol frecuentaba desde hacía tiempo. Aún más impresionante e inolvidable fue la aparición de Cale en la portada de *The New York Times* en otoño de 1963, como pianista intérprete de las dieciocho horas de las *Vejaciones* de Erik Satie, programa al que también asistió Warhol. La serie de fotos publicadas en aquel número situaban a Cale a la altura de John Cage y lo pintaban como el más atractivo de los dandis melenudos. Su papel

en el concierto de Satie le valió incluso una aparición en un popular concurso que se emitía en horario de máxima audiencia llamado *I've Got a Secret*.

Cale era un galés de veintitrés años que había estudiado música moderna en Londres. Antes de titularse, ya había organizado un concierto de piezas de vanguardia a cargo de Young, Cage y el fundador de Fluxus, George Maciunas, lo cual le valió ser ridiculizado por la prensa. Cuando llegó a Estados Unidos, con una beca otorgada por un tribunal en el que se encontraba Aaron Copland, el mundo de Cale estaba mucho más próximo al de Warhol que al del rocanrol. Al contemplar por primera vez las repeticiones de las obras pop del artista, se acordó inmediatamente de las que había encontrado en sus nuevos compositores favoritos. Cale incluso había trabajado en la misma librería especializada en ocultismo que había dado empleo a varios de los amigos de Warhol, entre ellos Ray Johnson y Billy Name, y Malanga tuvo una vez una experiencia sexual en el apartamento del músico, donde rodó la escena de una orgía para una película de Barbara Rubin. En la primavera de 1965, el propio Warhol ya había visto a Cale actuar con algunos otros artistas de vanguardia en una fiesta de cumpleaños de Henry Geldzahler.

Lou Reed, la otra piedra angular de la banda, no contaba con un currículum que fuera susceptible de haberlo puesto en el radar de Warhol. Nacido una semana después de Cale, era un niño judío que creció en un barrio residencial y descubrió el rocanrol siendo un adolescente problemático. Se abrió camino en la industria de la música como compositor en un sello pop de quinta fila, que le pedía también que les grabara pistas. Un día, este contrató a Cale para hacer la promoción en directo de un extraño single en el que había trabajado Reed, llamado «The Ostrich», y los dos se convirtieron en un insólito equipo. Pronto estuvieron compartiendo un piso que les costaba treinta dólares mensuales, comiendo poco más que copos de avena y, para llegar a fin de mes, dedicándose a vender su sangre y posar para las fotos de las noticias falsas que publicaban los tabloides.

Moe Tucker, a la percusión, era tan desconocida como Reed, pero atrajo una atención especial en Warhol por el singular y transgresor hecho, de que «Moe» —habitualmente un diminutivo masculino— era, en este caso, la abreviatura de Maureen, y esto la convertía en la más exótica de las criaturas: una mujer que tocaba la batería en una banda de rock. Moe Tucker se negó a hacer el papel de la «chica» de la banda, por lo que llevaba el pelo corto y ropa holgada en una época en la que las mujeres debían llevar minifalda y el cabello cardado. También su modo de tocar era visiblemente exótico: se quedaba de pie y prefería usar mazas en vez de baquetas y un tamtam en lugar de platillos. El conjunto lo completaba Sterling Morrison, un guitarrista

que era amigo de Reed de la universidad: «Yo era del rollo motero, me juntaba con negros canallas y con blancos canallas, y tocaba rocanrol indecente, blanco y negro», decía.

La Velvet Underground había interpretado bandas sonoras en directo (tocando detrás de la pantalla) para varias películas *underground* e incluso había protagonizado una, titulada *Dirt*, obra de un poeta amigo de Malanga que había aparecido, a su vez, en *Couch*, de Warhol. El rodaje fue filmado por un equipo de la CBS que estaba haciendo un reportaje sobre el cine *underground* para las noticias de la noche y en el que también salía nuestro artista. En el chismoso mundillo de la vanguardia neoyorquina, es difícil creer que la Velvet fuese tan desconocida para Warhol como suele insinuar la historia oficial.

Cuando nuestro artista hizo su histórica visita al Bizarre, ya estaba buscando algún tipo de banda para la Factory. Un productor de teatro llevaba desde el verano haciendo planes para abrir una nueva discoteca en el lejano Queens, y esperaba conseguir que Warhol y su pandilla se dejaran caer por allí a cambio de un cuantioso pago de quinientos dólares a la semana. Era un concepto descabellado desde el principio, pero, por alguna razón, Morrissey pensó que aquello podría tener algún sentido si se presentaban con una banda en directo. Mucho más tarde, diría que el interés de Warhol en la Velvet tuvo que ver tan solo con encontrar una nueva fuente de ingresos, pero para aquel entonces esa era ya la actitud de desprecio que profesaba Morrissey habitualmente hacia su jefe. En realidad, Warhol no podía haber elegido una banda menos comercial y con un sonido menos comercial. Lo más probable es que considerara que la Velvet Underground era su última aventura artística, parte de aquella búsqueda interminable «para extender la idea del pincel en su mano hasta otro tipo de cosas», como ha dicho Malanga.

La primavera anterior, Warhol le había comentado a un periodista que incluso si el arte estaba acabado, si al final resultaba que lo estaba de verdad (y de ahí su paso al cine), los artistas no desaparecerían: «Se convertirán más bien en promotores. Organizarán cosas en vez de fabricarlas». ¿Y qué mejor acto artístico que producir a la más radical de las bandas de rock? Poco después de aquella primera noche en el Bizarre, Sedgwick ya se había dado cuenta de que las intenciones de su amigo Warhol sobre lo que había visto y oído iban en serio: «La música es muy importante para él porque cree que este sonido es nuevo (él es capaz de reconocerlo) y es una cualidad especial, y él sabe mucho más de lo que nunca, jamás dejará ver».

Cale dijo que Warhol era para ellos un banco de pruebas perfecto y «ciertamente nuestro cómplice en todo […]. Andy te dedicaba mucha atención y se aseguraba de que te sintieras bien, apreciado».

Reed también ha contado cómo fue la primera vez que vio a Warhol:

> Me encantó a primera vista. Estaba claro que era uno de nosotros. Encajaba a la perfección. Yo no sabía quién era, no tenía ni idea de nada de aquel rollo, sorprendentemente. Pero estaba claro que era el alma gemela más perfecta que nunca había tenido, y era tan listo…, le sobraba carisma. Era listísimo, de verdad. Y para ser, en teoría, un tipo «pasivo», como dicen, se lo llevaba todo por delante. Era el líder, cosa que a mucha gente debía de parecerle muy sorprendente, nada fácil de entender. Estaba al cargo de todos nosotros. Siempre mirabas para Andy, era la persona más improbable y, en realidad, la más probable. Era tan inteligente, tenía tanto talento... y estaba entregadísimo las veinticuatro horas del día.
>
> Además, tenía una idea. Estaba motivado y tenía un objetivo que alcanzar. Y yo encajaba allí como un guante.
>
> Bingo.
>
> ¿Interés? El mismo. ¿Visión? Equivalente. Un mundo diferente, y Andy simplemente nos incorporó en él. Fue increíble.

Warhol ya había tonteado con la idea de incorporar el rock a su obra cuando fundó The Druds como una «pieza» medio de broma para la exposición «La imagen popular», que se celebró en Washington. Siempre había lamentado que el proyecto se derrumbara. La Velvet le permitía reencontrarse con aquel mismo ámbito de la cultura juvenil pero en un momento más adecuado, cuando el rock ya había conquistado Estados Unidos. Nuestro artista sabía que esto había ocurrido porque, solo unas semanas antes de pronunciar su frase sobre los promotores artísticos, le habían entrevistado para un extenso artículo de portada de la revista *Time* que llevó el titular de «Rocanrol: todo el mundo está excitado». «Todo el mundo» era el tipo de público por el que Warhol siempre se sintió atraído.

El rock, decía la revista *Time,* se había convertido en «el himno internacional de una nueva generación inquieta, el impulso de unas nuevas formas de vestir, de bailar, de un nuevo lenguaje, un nuevo arte y una nueva moralidad». El artículo hablaba de «hordas de cantantes de rocanrol melenudos» tan «estrambóticos» que podrían haber salido de una versión de *Malicia en el país de las maravillas* (quizá este hubiera sido un buen nombre para la Velvet). Con esa clase de lenguaje, era casi como si la revista estuviera vendiéndole directamente el rock a Warhol. Y proseguía, citándolo como una figura de moda en el mundo de la cultura enganchada a la nueva música: «Anula mi conciencia y pinto mejor», le dijo al periodista, omitiendo el hecho, no menor, de que ya no tenía ninguna intención de seguir pintando, pero sí de dedicarse a otros proyectos como… ser el mánager de una banda de rock.

Al día siguiente de haber visto por primera vez a la Velvet Underground, Warhol ya había cerrado un acuerdo para ser su representante —todo lo que ellos le pidieron fueron unos

amplificadores—, aunque, al final, para el concierto en aquella discoteca de Queens se acabó contratando a una banda más consolidada. En la víspera de Año Nuevo, la Velvet apareció junto con Warhol en aquel reportaje en las noticias de la CBS y los músicos pudieron saborear, por primera vez, una pizca de la clase de fama que nuestro artista disfrutaba. La banda aparecía en primer lugar, como ejemplo del nuevo «confuso» arte del cine *underground*. El reportaje se cerraba con Warhol, decano del nuevo cine, grabando con su cámara una estridente fiesta de rock.

Tres días después, cuando la Velvet apareció acompañando a Warhol en un estrafalario desfile de moda al aire libre (chicas en bañador, en enero), un columnista ya estaba hablando de ellos como «el nuevo grupo de rocanrol de Andy Warhol». En menos de dos años, acabó viéndose descrito en la prensa como «el famoso artista de la Velvet Underground», cosa que debió de haberlo complacido e irritado en igual medida: en la mente de Warhol siempre existió una tensión entre disfrutar de la fama que ayudaba a ganar a otras personas y el temor de estar cediéndoles el centro de atención.

Así que ahí tenemos a Warhol estrenándose como mánager puntero de una banda a la que debía de ver como los siguientes Beatles, y el primer bolo que les consiguió hizo que el Café Bizarre pareciera el Madison Square Garden. El 13 de enero, nuestro artista, la banda y un grupo de colegas se presentaron en el gran salón de baile del exclusivo hotel Delmonico para amenizar la velada de la cuadragésimo tercera cena anual que celebrara la Sociedad de Psiquiatría Clínica de Nueva York, que era algo mejor que tocar en un *bar mitzvá*.

Parece ser que los psiquiatras ni siquiera querían que la banda tocara, o ni siquiera sabían que iban a aparecer por allí. Lo que le habían pedido a Warhol es que fuera a hablar con ellos por el interés profesional que tenían en sus «actividades de comunicación masiva». Hacía años que a los psiquiatras se les requería que hicieran valoraciones sobre la cultura juvenil moderna que nuestro artista representaba: cuando él era estudiante, en Pittsburgh, dicho gremio hablaba sobre los riesgos y las ventajas de los cómics y, no hacía tanto, uno de sus miembros había declarado a la revista *Time* que el rocanrol era una manera útil de expresar los «deseos sexuales sublimados». Pedir a Warhol que les diera una charla era como tener la oportunidad de tumbar a la cultura pop en el diván.

«Pero yo no doy charlas —dijo Warhol cuando recibió la oferta de la sociedad—. Así que lo que les respondí es únicamente que asistiría». También llevó a su banda y a sus amigos como parte de un loco barullo multimedia. Malanga y él aparecieron vestidos con su mejor

esmoquin (con gafas de sol, por supuesto, en el caso de Warhol), y hasta ahí llegaba el decoro. La velada comenzó bastante tranquila, con una proyección de *Eat* y una charla de Jonas Mekas que la describía como «un evento un poco zen». Pero luego, mientras los invitados degustaban su cena a la luz de las velas (rosbif con judías verdes seguido de la obligatoria macedonia coronada por una cereza), Barbara Rubin irrumpió en la sala y, cambiándoles las tornas a los freudianos allí reunidos, empezó a hostigarlos con preguntas sexuales —«¿Qué sensación te da su vagina?»; «¿Se la comes?»— cámara Bolex en mano y acosándolos con focos de cine. Mekas se unió a ella con otra Bolex y Billy Name con la gran Auricon, con lo que acabaron convirtiendo la velada en la parodia caótica que caracterizaba un rodaje en la Factory: «Una especie de proyecto *underground* comunitario, en plan mírate a ti mismo» (como lo describió uno de los warholianos). En ese punto, las cosas se pusieron aún peor. Se apagaron las luces del salón, se encendieron las candilejas y la Velvet se subió al pequeño estrado. Con sus melenas, sus vaqueros y casi espachurrados entre sus amplificadores y la batería, procedieron a someter a los doctores allí reunidos a una «tortura cacofónica», como lo describió uno de los espectadores. A los trescientos cincuenta invitados de aquella noche se les había prometido que estarían acompañados por «el elegante misterio de Andy Warhol», pero no volvieron a casa con la sensación de que la cosa hubiera sido exactamente así.

«Estoy a punto de vomitar», dijo uno de los médicos, y se fue de la sala. «¿Por qué nos ponen delante a estos chalados?», preguntó otro. «Ha sido ridículo, indignante, un sufrimiento […]. Parecía como si se hubiera escapado todo un módulo de una cárcel», comentó un tercero. El organizador de la velada intentó consolar y convencer a uno de sus compañeros: «¿Cómo podría uno ser inmune al arte y al proceso creativo? Sin duda es usted consciente de que la línea entre el genio y la locura es apenas visible».

Para Warhol por lo menos, el evento debió de parecer un éxito, pues aquel caos le valió a la banda su primera aparición en prensa. Salió como mínimo en tres periódicos además del *Newsweek*, lo que significa que es probable que nuestro artista lo organizara todo con antelación para que a la cena acudieran al menos cuatro periodistas. Desafortunadamente, dos de los artículos llevaron el titular de «Terapia de choque», cosa que a Lou Reed no debió de parecerle muy agradable: de adolescente, como chaval problemático y *queer*, le habían sometido a esa «cura» y nunca creyó haberse recuperado del todo de sus sacudidas.

Las historias que se cuentan de aquella cena de los psiquiatras desvelan la presencia de un nuevo elemento en la escena warholiana: una rubia de bote de un metro setenta y cinco llamada Nico. También estaba subida al escenario, cantando, «berreando algo entre Bob Dylan, blues negro y bossa nova», según una de las versiones, mientras el sonido de la Velvet explotaba en torno a ella.

Nico era el nombre artístico de Christa Päffgen, una alemana de veintisiete años que ya llevaba un tiempo dando vueltas por los mundillos del cine, la moda y el entretenimiento. Warhol supo de ella en julio de 1961. La vio en *La dolce vita* de Fellini interpretando un papel menor que, con todo, fue lo suficientemente importante para valerle una portada en la revista *Esquire*. Parece que ambos asistieron a la misma fiesta a finales de 1963, pero el primer encuentro importante entre Warhol y Nico se produjo en mayo de 1965, cuando coincidieron gracias a unos amigos tanto en Londres como en París, donde él estuvo por su exposición de las *Flores*. Conectaron lo suficiente para que Nico lo llamara de nuevo cuando, en otoño, viajó a Nueva York, esta vez en su última encarnación como cantante pop. Malanga contaba que Warhol y él fueron a comer con ella, «solo por socializar», y que no conocían nada de su carrera como cantante más que su nuevo single, una copia del cual le había enviado ella misma al poeta. La grabación era terrible, pero eso no impidió que la llevaran con ellos en uno de sus primeros viajes para ver a la Velvet Underground y que, después, se les ocurriera la idea de ponerla al frente de la banda para la que iban a hacer de mánagers. Tanto Malanga como Morrissey han admitido que aquella idea tuvo más que ver con su aspecto que con su talento musical. La Velvet necesitaba a alguien que funcionara como el «centro de atención», contaba el poeta, para compensar la presencia escénica, tan monótona y severa, que tenían. O, como dijo Morrissey «la combinación de una chica espectacularmente bella delante de toda aquella decadencia era justo lo que necesitábamos».

La banda, y Reed en particular, opusieron cierta resistencia a la incorporación de la muchacha, pero acabaron cediendo. Ellos eran unos músicos desconocidos que tocaban en un café cutre, y Nico, en palabras de Reed, era «una diosa», que una celebridad cultural particularmente conocida por sus habilidades mediáticas había escogido para ellos. En sus primeras apariciones juntos, Nico cantaba aún temas de Bob Dylan que a Lou Reed le ponían enfermo. (Dylan y ella habían sido amantes y seguían teniendo contacto). Pero en poco tiempo, la Velvet empezó a crear material propio, perfectamente adaptado a la voz y a la personalidad de Nico, y con el matiz justo para contrarrestar su apariencia de rubia demasiado perfecta. Aun así, no era en absoluto tan normal e impecable como hacía creer su típica

belleza nórdica. «Tenía un aire como de estar en Babia. Era un poco difícil entender lo que le pasaba por la mente cuando hablabas con ella», contó un fotógrafo de Nueva York para el que hizo de modelo.

Nico no llegó nunca a incorporarse por completo a la Velvet (se anunciaron siempre como «The Velvet Underground y Nico»), pero su presencia fue una contribución real cuyo alcance llegó más allá de las apariencias. La banda se había articulado siguiendo el típico modelo de grupo de rock de cuatro chicos, pero acabaron siendo once, y transgrediendo las fronteras de género y de vanguardia. (Como expuso un crítico en aquel momento, tenían «más o menos la misma relación con las listas de éxitos de rocanrol que tenía Archie Shepp con el jazz convencional»). La incorporación de Nico, con su acento alemán y su tono sombrío —casi un zumbido, parejo al de la viola de Cale—, le daba al conjunto un aire Weimar muy único. Uno de los críticos dijo que era una «Dietrich más guay» para «una generación más guay». Así que, cuando Warhol combinó a Nico con la Velvet, fue como si hubiera decidido poner disco gramofónico de *El ángel azul*, de los que escuchaba en su época *camp*, al mismo tiempo que un LP de rock nuevo de los Rolling Stones. Aunque habitualmente no suele concedérsele demasiado crédito creativo por la Velvet, y aunque no tuvo casi nada que ver con la música en sí, la maestría warholiana en el manejo de lo extraño y lo híbrido parece haber permeado todo lo que llegaron a ser.

La prensa hablaba también de otra rubia que estaba presente en el escenario con la Velvet en el Delmonico: Edie Sedgwick. Su aparición aquella noche resulta un poco sorprendente, dado que suele decirse que su «romance» con Warhol había naufragado ya en otoño de 1965.

La versión habitual de esta historia habla de una rivalidad creciente entre la gente de la Factory y la pandilla de Bob Dylan. Según se cuenta, Sedgwick fue solo un peón en la pugna entre monarcas culturales y, al final, Dylan y sus amigos consiguieron seducirla y alejarla de Warhol («seducir», en este caso, puede tener un significado literal, dependiendo de con cuánta crudeza se cuente la historia). (Dylan ha negado siempre que Sedgwick y él tuvieran esa clase de amistad: «No recuerdo ningún tipo de relación. Si la hubiera tenido, creo que la recordaría»).

El músico y la modelo se conocieron a finales de 1964, justo en la misma época en la que empezaron a juntarse también Warhol y ella, lo que quiere decir que esta «novia» no realizó ningún cambio secuencial y nítido de uno de los hombres al otro. En teoría, Sedgwick empezó a virar hacia Dylan en algún momento de agosto de 1965, a causa de la frustración que le generaba su situación en la Factory: se

estaba quedando sin dinero, su padre apenas aflojaba la cartera y Warhol no le pagaba por aparecer en sus películas. «¿Por qué sigo juntándome con Drella?», le dice a Ondine en una conversación de aquella época de la que existe una grabación. Drella era uno de los apodos que le daban a nuestro artista —acrónimo de las palabras «Drácula» y *Cinderella*— y que, según Malanga, siempre se pronunciaba con desdén y jamás delante de Warhol. (Chuck Wein lo empleó también en una ocasión, al inicio de una mordaz nota que habla de una cita con el artista a la que este llegó tarde). Sedgwick dejó el rodaje de *My Hustler* en septiembre, lo que podría indicar una escalada de las tensiones.

Pero, por otra parte, el 1 de octubre, la Factory publicó una nota de prensa que hablaba de la excelencia de Sedgwick y, días después, Warhol y ella aparecieron en un reportaje, asistiendo como pareja a una fiesta de alto copete que dio Bob Dylan, lo que hace pensar que la división entre ambos bandos no era total. Sedgwick estuvo muy presente cuando, unas semanas más tarde, a Warhol lo asaltaron en Filadelfia. En noviembre se les estaba describiendo como «la pareja más contemporánea que existe» y en diciembre se señaló su aparición, juntos, en un desfile de moda.

Si había empezado a abrirse una brecha entre Sedgwick y Warhol, es muy posible que fuera él quien la desencadenase. El artista tenía una tolerancia enorme a la locura, e incluso la apreciaba, incluida aquella que estaba inducida por el consumo de drogas, pero solo si esta se encontraba al servicio de algún tipo de objetivo creativo, como era el caso de Ondine o de Billy Name. En el de Sedgwick, aquel otoño sus rarezas se estaban convirtiendo en pura disfunción improductiva, y ahí es donde Warhol tendía a minimizar sus pérdidas. Por mucho que le gustara Danny Williams, o por mucho que lo amara incluso, llegó un punto en que el consumo de drogas y la depresión del joven despertaron en él la necesidad de apartarlo de su lado. La decadencia de Sedgwick debió de producirse casi al mismo tiempo, afectando el doble a Warhol.

Henry Geldzahler cuenta que fue al piso de Sedgwick y se lo encontró oscuro y lúgubre, «y siempre oías algún comentario sobre la resaca monumental que tenía, o lo colocada que estaba, o lo puesta que estuvo ayer, o cuánto se colocaría hoy». Ese fue el inicio de lo que Geldzahler llamó su «entrada en barrena» —de la que culpaba en gran medida a Chuck Wein— y decía de ella que era «muy frágil, muy histérica, muy delgada. Es como si la oyeras gritar aunque no estuviera gritando. Oías esa clase de silbido supersónico que se escucha a veces». Warhol sí parece reconocer ese grito de Sedgwick en la última película que armó en torno a ella. Filmada en diciembre de 1965, se titulaba *Lupe* y recreaba la sobredosis de pastillas con que se

suicidaba una famosa de segunda fila de Hollywood, pero, claramente, trataba más de la caída de Sedgwick que de cualquier otra persona. Se proyectó como película de doble pantalla y, en la última escena, Sedgwick aparece en ambas con la cabeza en la taza del váter, muerta.

Aunque en la vida real no estuviera muerta, sí que estaba, al menos, muy drogada cuando se rodó aquello: en el set de rodaje había aparecido un amigo de Bob Dylan con un montón de terrones de azúcar que tenían LSD. Al menos uno de los testigos afirma que, a su modo de ver, ese «ataque» en el rodaje de *Lupe* fue lo que señaló o provocó la ruptura final entre las pandillas de Warhol y Dylan, a medida que Sedgwick cambiaba su lealtad.

Paul Morrissey contó lo siguiente sobre la fijación de la modelo con Dylan: «De repente, era Bobby esto, Bobby lo otro, y nos dimos cuenta de que estaba enamorada de él». Warhol había oído, acertadamente, que Dylan se había casado hacía poco, y no pudo resistirse a contárselo a Sedgwick, según Morrissey. «Ella se puso pálida. "¿Qué? ¡No lo creo! ¿Qué?". Estaba temblando. Nos dimos cuenta de que había creído de verdad que estaba empezando una relación con Dylan… y que igual él no había sido muy sincero».

Una vez, un estudiante de periodismo preguntó a Warhol por qué a su gente y a él les gustaba tanto criticar a Dylan, y él le dijo que era, simplemente, porque el cantante era muy mala persona. «¿No crees que Dylan tiene derecho a ser malo si quiere?», le preguntó el estudiante. «¿Con todo el mundo?», le contestó Warhol.

En vez de ser quien estaba dejando a Sedgwick, puede que nuestro artista sintiera que el abandonado era él. Hablando por teléfono con un amigo, una vez comentó que la modelo y él habían hecho planes para buscar y compartir un agente teatral, para que la ayudara a impulsar su carrera como actriz, pero que luego ella se puso a buscar uno por su cuenta. «Edie estaba intentando quitarme de en medio —contó Warhol—. Tenía al agente de Dylan. Él le pagaba las facturas. Lo único que ella quería era que alguien le pagara las facturas».

No mucho después del rodaje de *Lupe*, en diciembre —en algunas versiones de la historia se dice que esa misma noche—, Warhol quedó con varios de sus colegas en un antiguo café del Greenwich Village. Aunque los detalles de aquella reunión se han visto adornados en todos los sentidos posibles, parece que Sedgwick llegó la primera, seguida del guionista Bob Heide, que había escrito el guion de *Lupe*. Este escuchó las quejas de la modelo sobre Warhol: «No consigo comunicarme con Andy, no consigo acercarme a él», le dijo. La tensión se mantuvo cuando llegó el susodicho y terminó de estallar cuando apareció Dylan en una limusina. «Separémonos», le dijo Warhol a Sedgwick, y así lo hicieron, lo que selló la ruptura de la modelo con la Factory. Cuando los otros dos se marcharon, le pidió a

Heide que lo acompañara al lugar, allí cerca, en el que Freddie Herko se había estrellado poco más de un año antes. «¿Cuándo crees que se suicidará Edie? —se supone que dijo Warhol (con una «media sonrisa sardónica», según una de las versiones—. Espero que nos avise para que podamos grabarlo». Si bien esta historia le hace quedar como el peor, el más insensible, de los *voyeurs*, merece la pena señalar que también lamentó siempre que no hubiera habido nadie presente con una cámara para filmar su propia muerte a manos de Valerie Solanas, aquella tarde de junio de 1968. Warhol podía llegar a tratarse a sí mismo como una fuente de creación artística y dar ese mismo trato a cualquiera de sus amigos.

A menudo se considera que aquella reunión en el Greenwich Village marca ordenadamente el frío final de la historia entre Edie y Andy. Pero no fue así.

A las pocas semanas, o quizá tan solo unos días después, Warhol quiso que lo acompañara la primera vez que fue a ver a la Velvet en el Bizarre. En enero también fue invitada a unirse a la banda en el escenario del Delmonico, donde llegó a cantar con ellos incluso (bastante mal). Sedgwick siguió tan metida en el ambiente de Warhol que inició un romance con uno de los miembros de la banda, John Cale, quien encontró un hogar en el piso de la modelo, en el centro de la ciudad, hasta bien entrado el nuevo año. «Ella aún poseía toda la magia elemental, la belleza decadente y la presencia de Marilyn Monroe —decía Cale—. Era verdaderamente una criatura hermosa». También seguía desempeñando su papel de «nobleza obliga» y pagando la cuenta cuando la pandilla salía a cenar.

En los primeros días de 1966, en una noticia sobre una carrera de caballos aparece una fotografía de Warhol y Sedgwick solos. Él guardó el recorte, cubierto de grandes flechas naranjas que señalan hacia la foto. A la modelo se la ve tan delgada que da miedo.

Debió de ser por esa época cuando Dylan hizo su famosa visita a la Factory para que le hicieran una prueba de pantalla y a la salida «birló» un lienzo de Elvis como pago: en unas fotografías tomadas desde la escalera de incendios del estudio se ve el cuadro enganchado al techo de su coche, que se aleja por la calle Cuarenta y siete. También hay otras fotos de ese mismo día en las que no se ve indicio alguno de tensión. Algunas de ellas muestran a Dylan y Warhol en lo que parece la amistosa contemplación de varios de los cuadros de Elvis, y en algunas versiones de la historia se cuenta que nuestro artista le regaló uno al cantante por pura admiración y entusiasmo. En el otoño siguiente, Warhol les habló a unos periodistas de un club nocturno en el que Dylan y él estaban trabajando juntos.

A mediados de febrero, Sedgwick aún seguía lo bastante integrada en el grupo para que se organizara un programa de una semana de

duración en el que se proyectaron solo las películas que había hecho con Warhol. De alguna forma, eso se acabó transformando en un concierto de la Velvet Underground, pero, aun así, *Lupe* siguió abriendo el programa de la noche, en cuyos carteles de promoción aparecía la propia Sedgwick como protagonista. Y cuando la banda empezó a tocar, la modelo estaba en el escenario bailando con Gerard Malanga como miembro en toda regla de la camarilla de Warhol.

La atención que la prensa prestó a la pareja que formaban Sedgwick y Warhol llegó hasta un artículo publicado en marzo de 1966, en el que se subraya el hecho de que ambos representaban una improbable fusión de sangre azul y sangre nueva.

Por esa época, Sedgwick concedió una larga entrevista en la televisión para un bloque informativo sobre Warhol, y aún le dedicaba un montón de elogios:

> Si alguien lo mira directamente a los ojos, lo ve clarísimo. Nadie podría quedarse ahí sin más y decir: «Oh, qué criatura tan peculiar, qué tipo de fantasías distorsionadas se están creando alrededor de él». Andy es tan sencillo como las cosas que dice, ni más ni menos… Le tengo, de verdad, el mayor de los respetos.

Hay otro detalle que se ve claro en esta entrevista: Sedgwick se estaba desmadrando. En las dieciocho páginas de la transcripción, el pasaje en el que elogia a Warhol es uno de los pocos que resultan mínimamente coherentes. La mayor parte del tiempo apenas se entiende de qué está hablando, ya que salta de un tema a otro, de una idea a otra. Rara vez terminaba una frase.

Sedgwick había estado discutiendo con Warhol porque quería tener algún tipo de papel pagado en su nuevo proyecto que era la banda: «¿Cuál es mi lugar en la Velvet? Estoy arruinada. No tengo dinero. ¿Por qué no estoy cobrando? […] No tengo nada de qué vivir», le dijo una noche mientras cenaban, y llegó a negarse a pagar la cuenta. Pero dado el estado en el que se encontraba, es difícil saber qué tipo de papel realmente útil y rentable podría haber desempeñado en cualquier proyecto, y la utilidad, del tipo que fuera, era justo la virtud suprema que Warhol buscaba hasta en sus acólitos más pirados. Es posible que cuando Sedgwick le dijo que el mánager de Dylan le había ofrecido un contrato cinematográfico o de grabación, Warhol se alegrara de verla partir.

Parece que, en un par de meses, la separación era ya finalmente bastante oficial. Cuando, en abril, un periodista fue a escribir una crítica sobre un concierto de la Velvet Underground, la camarilla de Warhol filtró la noticia de que Nico había reemplazado a Sedgwick como la «superestrella del cine *underground*» de la Factory.

Se cuenta que, en un momento en que las cosas estaban especialmente feas, algunos de los miembros de la Factory

encontraron una sustituta aún mejor. En un bar de Times Square, conocieron a una joven secretaria llamada Ingrid von Scheven y parece ser que alguien dijo: «¿Esta chica no es como Edie pero en fea?». Uno de los warholianos contaba: «Le cortaron el pelo como a Edie. La maquillaron como a Edie. Pasó a llamarse Ingrid Superstar… invención que tenía el objetivo de hacer que Edie se sintiera fatal». No parece que eso fuera muy difícil. Y tampoco parece que nada hubiera hecho sentirse mejor a Von Scheven. «Se creía de verdad lo de que era una superestrella. Era totalmente idiota, no tenía ninguna gracia, ni seso», contó uno de los habituales de la Factory. «La tratamos como una basura y así es como le gusta que la traten», dijo Morrissey en aquel momento. Un escritor de *Playboy* la describió como «la chica del instituto con la que te dabas el lote en el asiento de atrás del coche después de los partidos de fútbol del viernes por la noche». No lo decía como un cumplido.

Von Scheven fue el blanco de todas las bromas durante algún tiempo, hasta que, por fin, su energía y su buen humor le granjearon el respeto de toda la Factory. «Mi superestrella favorita es Ingrid Superstar porque… porque… porque es simplemente ella —dijo Warhol más o menos un año después de descubrirla—. Es una persona real; no es nada falsa. Es solo ella misma. Dice y hace lo que le da la gana en cada momento». Aunque eso no le impedía hacerle bromas como: «Ingrid, ¿es verdad que eres un poco retrasada?».

En mayo de 1966, cuando Warhol hablaba de Sedgwick ya conjugaba definitivamente los verbos en pasado. Fue entonces cuando pronunció aquellas palabras de elogio que suenan como un panegírico: «Edie era la mejor, la más grande. Nunca entendió lo que yo estaba haciendo con ella».

Pero aun después de que pusieran toda esa distancia entre ellos, la ruptura entre Warhol y Sedgwick no fue total y absoluta. Cuando, más de un año después, en julio de 1967, la modelo decidió regresar a la Costa Oeste, su última parada antes de partir fue en una casa de campo en Long Island en la que Warhol estaba filmando una película. Él la recibió allí con toda calidez. Una amiga de nuestro artista habla de un trayecto en coche que emprendieron en grupo con Sedgwick, tan drogada que iba «flotando en alguna parte del cosmos», y cuenta que después desapareció en una parada que hicieron para descansar en la carretera: «Se fue al baño. Acabamos de comer y nos quedamos esperándola. Y estuvimos esperando hasta que yo, la única otra chica en el grupo, fui a buscarla. Estaba allí canturreando sin hacer nada, no sé si mirándose a sí misma, quizá no». En las fotos de aquel día se la ve demacrada y hecha polvo.

Algunos de sus amigos de Boston intentaron dar a Sedgwick la oportunidad de comenzar de nuevo su carrera con una película

avivada por las drogas, que estuvo a punto de acabar con sus productores, pero ella era un caso perdido. Tras varios años de tratamiento psiquiátrico y confinamiento, primero en Nueva York y después en California, el 16 de noviembre de 1971 Sedgwick murió de una sobredosis de tranquilizantes. La reacción de Warhol cuando se enteró de su muerte, según contaron algunos amigos (y oportunistas) de la modelo, fue decir: «Nunca fuimos tan íntimos», lo que se ha presentado como prueba irrefutable de la siniestra frialdad del artista.

Pero es posible que la declaración de Warhol no estuviera tan lejos de la verdad. Está bastante claro que el papel que Sedgwick desempeñó en su obra y su vida se ha exagerado. En realidad, el tiempo durante el que se mantuvo en el corazón de su mundo creativo fueron solo cuatro meses: desde *Poor Little Rich Girl*, a finales de abril de 1965, hasta *Outer and Inner Space*, el fragmento filmado en agosto. Incluso en términos sociales, el hecho de que las infinitas columnas de chismorreo den cuenta de sus muchas salidas nocturnas tampoco significa que, en otros momentos, pasaran tanto tiempo juntos. La verdadera amistad rara vez se forja bajo el *flash* de los focos. La propia Sedgwick contó que no soportaba pasar el rato en la Factory a no ser que tuviera alguna tarea específica: «Si te quedas allí y no trabajas, la cosa se vuelve bastante aterradora».

La modelo tuvo la suerte de entrar en la órbita de Warhol justo en el momento en que la fama de este estaba explosionando, y eso le aseguró un espacio descomunal en los anales que, de otra forma, no habría merecido. Warhol, por su parte, tuvo la suerte de que Sedgwick apareciera justo en un momento en el que el elegante nombre y la inquietante belleza de la modelo le ayudaron a atraer la atención de los medios, iluminando así su nueva obra, de título Andy Warhol.

Con las estrellas de Exploding Plastic Inevitable.

28
1966

EXPLODING PLASTIC INEVITABLE | NUEVAS WARHOLIANAS: MARY WORONOV, SUSAN BOTTOMLY, SUSAN PILE | EL FIN DE LA ILUSTRACIÓN | PREOCUPACIONES ECONÓMICAS Y ESPERANZAS | UN ÁLBUM DE LA VELVET UNDERGROUND

«A pesar de su deseo de "ser una máquina", citado tan a menudo, es dudoso que, como ser humano, haya hecho la misma cosa de la misma manera más de una vez».

Manteles de cuadros rojos, sillas plegables llenas de astillas, papel de pared con diseño floral y un escenario con un telón viejo que parecía salido del salón de actos de un colegio; en el exterior, un cartel anunciaba que aquello era la Polski Dom Narodowy, la Casa Nacional Polaca, y lo único que le faltaba era una banda tocando polcas. Pero, en vez de ello, el espacio acogía los «aullidos y el ritmo palpitante» de la Velvet Underground, rodeada de lo último en materia de espectáculo:

> La sala era como un fandango frenético: luces que se encendían y apagaban; fragmentos deslavazados de películas; proyecciones de colores y diapositivas que barrían unas paredes llenas de espejos; haces luminosos blancos saliendo de los proyectores, en el exterior; el parpadeo intermitente de unas serpenteantes tiras de luz, como una serpiente demente que hubiera comido fósforo, y Gerard Malanga apuñalando al azar la sala oscurecida con unas linternas de treinta centímetros mientras bailaba frenéticamente delante del grupo.

Por no hablar del látigo con el que Malanga se retorcía en el escenario, los dieciocho *woofers* por los que sonaban tres discos distintos a la vez (los carteles promocionales de la velada habían prometido que habría ULTRASONIDOS), la bola de discoteca de la época del jazz que lanzaba estrellas fugaces por toda la sala y, durante la semana en la que les robaron la batería, Moe Tucker apaleando unos cubos de basura amplificados que desprendían basura con cada uno de sus golpes.

Supervisando todo aquello, estaba la figura —imposible no verla— del propio Andy Warhol, pertrechado en un palco como un nuevo silencioso señor del caos. Sus marchantes de arte lo habían

acompañado a ver el salón polaco y lo habían descartado, diciendo que era «un sitio cutre, cochambroso y viejo». Por supuesto, aquello le resultó irresistible.

A principios de abril de 1966, el Dom, que era como se conocía a aquel lugar, había sido el escenario de la primera aparición de Exploding Plastic Inevitable, el nombre que se asignó al espectáculo de rock de la Factory. «Era una nueva forma de bailar; ir tan drogado que pensabas: "Ni siquiera necesito una pareja, voy a limitarme a dar vueltas hasta que me caiga" —recordaba Mary Woronov, una de aquellas danzarinas de la Factory que solía subirse al escenario con Malanga—. Bailando, el público se convertía en parte de la música. Antes no había nada similar, a lo sumo podías ir a una coctelería que tuviera un trocito de pista para bailar mambo o el twist».

Durante todo el mes, el espectáculo atrajo a un tipo de público que se estaba convirtiendo en la mezcla warholiana típica. Había miembros de la jet set empobrecidos como «Flor, hija del fallecido dictador dominicano Rafael Trujillo» y «Sharon McCluskey, una posdebutante envuelta en raso de color aguamarina y chinchilla». Pero también había gente *underground* como Eric Emerson, un bellísimo peluquero y bailarín que fue reclutado inmediatamente para el espectáculo. «Era, de verdad, el mejor bailarín que habíamos visto —recordaba Morrissey—. Hacía ballet. Se elevaba en el aire y Gerard estaba muy celoso. Estaba bailando en la pista y lo subimos al escenario». También asistió un joven John Waters, que empezaba a adentrarse en el mundo del cine y que acababa de ser expulsado de la residencia de la Universidad de Nueva York por fumar hierba. (En el Dom, había una habitación cubierta de colchones dedicada a ofrecer confort para el consumo de marihuana). A medida que se fue conociendo la existencia del lugar, también empezaron a aparecer por allí miembros de la realeza cultural como Dalí, Ginsberg y Rauschenberg, junto a una serie de «clientes selectos» en sus limusinas. «La gente acudía hasta allí para ver el ambiente, no solo por la banda —contaba un experto en música—. Era el paquete completo».

Aquel «paquete» era la nueva «forma de arte total» que defendía Warhol. Todo lo que había en su órbita, incluido él mismo, procedía de su línea de producción estética: las superestrellas de la Factory ocupaban el escenario en el Dom, su banda ponía la música, se reproducían algunas de sus películas a sus espaldas y sobre ellos mismos, sobre todo eso se proyectaban diapositivas de abstracción op art, y el frenético espectáculo de luces podía entenderse como lo último en arte «cinético». Nuestro artista estaba creando una *Gesamtkunstwerk* que hubiera hecho las delicias de Wagner (o que lo hubiera hecho revolverse en la tumba). En una reseña que apareció en

una revista de arte, se hablaba de Exploding Plastic Inevitable como «la última obra de Warhol». «Puesto que ya no creo en la pintura —dijo este—, pensé que esta sería una buena manera de combinar música, arte y cine».

Pero los cuadros de Warhol sí que tenían sitio en aquella combinación, aunque solo fuera porque servían de garantía para que les dejaran usar el local, gestionado por el cinéfilo que había estrenado *Empire*. ¿Qué podría ser más propio de un artista pop que utilizar el medio «muerto» que era la pintura como capital típicamente estadounidense?

«Andy era casi el centro de atención de todo aquello, y la gente iba allí más bien para ver en qué andaba él —contaba Moe Tucker—. El tipo de público que acudía a vernos estaba compuesto por artistas de bastante edad. La mayoría de los conciertos eran en galerías o en exposiciones de arte». Como de costumbre, Warhol ya se había dado cuenta de dónde tenía que colocarse exactamente si quería dar la imagen de estar a la vanguardia. Y, como de costumbre también, sabía que había llegado hasta allí porque otras personas ya habían empezado a tantear el terreno.

A finales de octubre de 1965, Jonas Mekas había publicado en el *Village Voice* un complejo y largo anuncio de su próximo festival sobre lo último en materia de «experimentos recientes para expandir las dimensiones del cine»:

> Los programas explorarán el uso de múltiples pantallas, múltiples proyectores, múltiples imágenes, formatos de pantallas interrelacionadas, formatos de imágenes interrelacionadas, cine-danza, exposiciones múltiples, proyectores de mano, pantallas tipo globo, grabación y proyección de vídeo, e improvisaciones lumínicas y sonoras.

La lista de los artistas que figuraban en el programa era como el *dream team* de la vanguardia estadounidense —Stan Brakhage, Jack Smith, Al Hansen, Dick Higgins—, y seguramente a Warhol le complació mucho ver su nombre allí incluido. Ya se había introducido en aquellas aguas con la proyección de sus películas, casi como si fueran espectáculos de iluminación, en diversas fiestas y sesiones de fotos. También fue parte del Lightworks Laboratory, una serie de fiestas que se celebraban en lofts y en las que se combinaba por primera vez música pop con efectos radicales de iluminación. (Warhol empezó a tomar prestado el nombre de «Lightworks» en el Dom, hasta que recibió una carta de un abogado que lo convenció de no hacerlo más). Cuando nuestro artista adoptó en un primer momento a la Velvet Underground como la banda de la Factory, fue tanto por adentrarse un poco más en el «cine expandido» y la discoteca multimedia de Mekas como por abrir nuevos caminos en la música.

Con sus actuaciones en torno a las películas de vanguardia, la Velvet ya había empezado a explorar este mismo terreno semanas antes de conocer a Warhol. Barbara Rubin, que fue la primera en hablar de ellos a la gente de la Factory, llevaba unos nueve meses expandiendo su propia obra cinematográfica mediante el empleo de pantallas dobles y gel de colores. Según Moe Tucker, Warhol vio converger todo eso aquella noche en la que descubrió a la Velvet Underground en el Bizarre:

> Por lo que se ve, andaba buscando una banda con esa idea de hacer un espectáculo multimedia. Supongo que podemos llamarlo espectáculo. Y a Barbara Rubin le pareció que encajaríamos. A Andy le gustamos instantáneamente y hablamos de su idea para el espectáculo multimedia, que, en ese momento, era solo una idea. Después, nos preguntó si queríamos hacerlo y dijimos que sí.

La cena de los psiquiatras sirvió para probar el concepto sin correr muchos riesgos. La repercusión mediática que tuvo e incluso (o especialmente) las protestas de su público demostraron el potencial de aquel espectáculo como siguiente paso en la eterna búsqueda warholiana de lo novedoso. «A pesar de su deseo de "ser una máquina", citado tan a menudo —escribió un sagaz periodista del momento—, es dudoso que, como ser humano, haya hecho lo mismo de la misma manera más de una vez».

El éxito de ese primer ensayo en el Delmonico animó a Warhol a trasladar el espectáculo a principios de febrero a un local de Mekas llamado Cinematheque, en el que podría hacer una verdadera prueba con el mundillo del arte. (En este mismo local había actuado la Velvet Underground unos tres meses antes, tocando bandas sonoras en directo para películas *underground*). La recepción en la Cinematheque fue bastante decente, así que se llevaron el espectáculo de gira para ver cómo le iba «en provincias» (en este caso, en los festivales de cine de los campus cercanos a New Brunswick, New Jersey, y el lejano Ann Arbor, en Míchigan).

En New Jersey, en la Universidad de Rutgers, la Velvet alquiló un equipo de sonido (por 131,25 dólares, según anotó Warhol en su cuaderno, donde registró también los gastos en heroína de la banda), con el que dieron un concierto que impresionó, o quizá torturaron, a un periodista «Su sonido, aderezado con los chillidos, gemidos, silbidos y aullidos que fueron capaces de sacarle al amplificador, envolvió a la audiencia como una explosión de decibelios, a un volumen dos veces y media por encima de lo que nadie hubiera creído que podría tolerar».

Aquel concierto tuvo una consecuencia especialmente notable: fue el momento en el que Billy Linich decidió convertirse en Billy Name. Había visto su nombre en un cartel de Rutgers y pensado que no

evocaba a una estrella del rock. «Y, entonces, había un formulario sobre el escritorio en el que estaba sentado, en la Factory, donde ponía: "Nombre _____, Dirección _____, Teléfono _____", así que jugueteando con un bolígrafo, escribí Billy sobre la línea, me paré y dije: "Billy Name es un nombre pop bastante guay", y añadí: "Andy, la próxima vez que hagamos un cartel, pon Billy Name". Y él me dijo: "Oh, Billy, eso es superingenioso, ¿cómo se te ha ocurrido?"». El nuevo apelativo, contaba Name, era «una forma de vincularse a toda la atención que recibía la Factory de Warhol sin tener que ser una persona real»; era su forma «de hacerse un Warhol».

Todas las versiones del viaje a Míchigan, que tuvo lugar solo unos días después, hacen pensar que casi toda la Factory se metió en una autocaravana alquilada, que tenía un alternador defectuoso y el inodoro roto, lo que no parece la más cómoda de las logísticas, sobre todo teniendo en cuenta que quien conducía era Nico y que ni siquiera había gran cosa que demostrara que supiera hacerlo (había vivido un tiempo en Inglaterra, y a veces le daba por conducir por la izquierda). El escritor John Wilcock fue con ellos y contó que eran «toda una pandilla»: como mínimo, los cuatro miembros de la Velvet (que ensayaban en el interior de la autocaravana, a todo volumen gracias al generador de repuesto del vehículo), Nico, Warhol, Malanga, Danny Williams, Ingrid Superstar, así como Barbara Rubin y otra amiga, que llevaban sus propias cámaras de cine. También se apuntaron Nat Finkelstein y Stephen Shore para hacer fotografías. En Ann Arbor, la Velvet cerró su concierto con un tema inédito llamado «Nothing Song», que fue bastante delirante: una corriente penetrante e interminable de «ruido, acoplamiento, chirridos y gemidos de amplificadores». Como luego contó Lou Reed, «el efecto de sonido que producía retumbó dentro del público y por toda la sala…, y cuando salieron a la calle, durante unos quince minutos siguieron teniendo aquella vibración en los oídos, debido a la música».

La reacción al concierto se dividió entre aquellos que lo llamaron «basura neoyorquina» y aquellos que se quedaron enganchados a la basura y querían más. En la primera fila hubo un par de «chavales punk» que se dedicaron a rodar por el suelo como epilépticos.

«Si pueden aguantarlo durante diez minutos, lo tocamos quince —declaró, supuestamente, nuestro artista a un periódico estudiantil—. Esa es nuestra política. Déjalos con ganas de menos».

Aquel viaje por carretera a Míchigan debió de recordarle a Warhol el viaje que hizo a Los Ángeles por la exposición de los *Elvises*. Los lugareños reaccionaban con la misma suspicacia en 1966 que en 1963: una tarde, alguien llamó a la policía cuando la autocaravana se detuvo para que sus extraños ocupantes comieran algo. La policía volvió a aparecer otra noche, ya tarde, cuando el sistema eléctrico del vehículo

se estropeó en Ohio. «Estábamos todos fuera del vehículo estirando las piernas —contaba Moe Tucker— y, al momento, la policía estatal nos rodea y dice: "¿Quién manda aquí?". Y alguien dice: "Andy…". Y otro dice: "¡No! ¡No les mandéis a Andy!"». Los oficiales obligaron a Warhol y la pandilla a dirigirse sin detenerse hasta la frontera del condado a la luz de unos faros que Danny Williams reconectó con un apaño.

Warhol siempre decía que sus diversos proyectos tenían que ver con buscar formas de conseguir que «los chavales» no se metieran en problemas: «Son muchísimos, y todos encantadores». Puede que Exploding Plastic Inevitable fuera en realidad un proyecto para el entretenimiento de gente ociosa. A medida que la fama de Warhol despegaba, la Factory parecía vivir una explosión demográfica. Malanga llevó a varias jóvenes atractivas al redil. Estaba Mary Woronov —pronto rebautizada como «Mary Might» por la Factory—, una estudiante alta de aspecto aniñado y una belleza eslava bastante exótica que le daba ritmo a su vida sirviéndose de los frascos de anfetaminas de su madre. Estaba actuando y estudiando arte en la Universidad de Cornell, en el norte del estado de Nueva York, cuando Malanga la engatusó después de una lectura de poesía, a principios de 1966. Usó la Bolex de Warhol para filmarla, con evidente adoración, durante un paseo por el campo. («Pero no nos acostábamos juntos, ¿eh? —se ha cuidado ella de subrayar—. Yo no me acostaba con nadie en ese momento. Era una maldita virgen total»). Woronov apareció por fin en la Factory para visitarla con su clase de Arte y ya no se fue hasta al cabo de unos años. En el estudio era famosa por ser tan dura e intransigente como Ondine y, sorprendentemente, por aprenderse su papel cuando Warhol la metió en una película: «Memoricé mis frases porque yo quería ser actriz, nadie más deseaba eso. Lo que querían era ser estrellas».

En verano del 1966, Woronov ya estaba tan integrada en la Factory que Malanga empezó a sentir que la estaba perdiendo y se lamentaba de ello en una de sus típicas cartas petulantes a Warhol: «Cuando dijiste que deseabas que Mary te acompañara a la cena en casa de los Copley me pareció una infracción. Siempre creí que la socialización era justo mi competencia. Yo llevaba viendo a Mary mucho tiempo antes de que tú tuvieras contacto con ella».

La otra incorporación a la Factory, obra de Malanga, fue la de una debutante de diecisiete años llamada Susan Bottomly, a quien trajo desde Boston una vez que viajó a la ciudad. Era una morena delgada con una belleza natural típicamente estadounidense que ya le había granjeado la portada de una revista. Pero una vez se integró en el

séquito de Warhol —como Velvet International—, trató de darse un aire más exótico. Para cuando apareció con nuestro artista en una exposición de su obra, en octubre, se había convertido en «una chica siniestra, alta y cónica, con el aspecto de un verdugo elegante… la cara maquillada con una palidez mortal, digna de un féretro, los ojos delineadísimos en kohl, enmarcados por unas pestañas que fácilmente podrían confundirse con los bigotes de un gato».

Tanto Woronov como Bottomly encontraron un empleo en la Factory, por llamarlo así, en el escenario junto a la Velvet, igual que hicieron otros nuevos warholianos como la falsa Edie, Ingrid Superstar, el joven artista Ronnie Cutrone y el bailarín Eric Emerson.

A Danny Williams, que ya se había mudado de casa de Warhol al estudio, lo tuvieron ocupado trabajando en el concierto de rock. Todo el tiempo que había pasado en los sets de rodaje habían hecho de él un electricista experto y un tipo hábil con el soldador; la elegante iluminación escénica de Exploding Plastic Inevitable fue, principalmente, creación suya. Es un poco difícil no pensar que las anfetaminas tuvieron algo que ver en su gusto por las luces parpadeantes y en la interminable cantidad de horas que podía pasar diseñando patrones para ellas. Algunos de los diagramas que ideó para controlar los efectos de su equipo, fabricado por él mismo, son tan delirantes que parecen cuadros de Jackson Pollock. Sus novísimas luces estroboscópicas se convirtieron en un sello característico de Exploding Plastic Inevitable y eran de lo que más le gustaba a Warhol (también eran el sitio donde Williams escondía sus drogas). Por esa época, hay indicios de que ambos seguían manteniendo cierta cercanía: en una entrevista que concedieron durante el momento de más éxito del espectáculo del Dom, Williams dejó claro que se habían estado acostando juntos no hacía mucho. A Warhol no le agradaba hablar de ello.

Entre el público ya corrían rumores de que la Factory era un espacio donde se consumía *speed* y alucinógenos. Exploding Plastic Inevitable concretó aún más esta imagen al subirla al escenario, a la vista de todos. Cuando llevó el espectáculo de gira, Warhol pudo comprobar en persona cómo sería exponer la escena de la Factory a un nuevo tipo de público, más allá de la gente del ambientillo moderno de Nueva York que ya la conocía. Ya había adoptado su nueva imagen pública con la chaqueta de cuero —en la mayoría de las fotos de los viajes de Exploding Plastic Inevitable la lleva puesta— y estaba remodelando también la imagen de la Factory para que le hiciera juego. Nadie la concebía como el estudio en el que se trabajaba muy duramente que en realidad era; en la imaginación general era un sitio mítico de fiesta. La gira de Exploding Plastic Inevitable funcionó casi como un órgano de reclutamiento de la Factory, atrayendo al redil a chavales de

provincias. El siguiente novio de Warhol, Richard Rheem, se incorporó después de un concierto en San Francisco; y Susan Pile, la adolescente a quien Malanga llamaba en broma su «pequeña secretaria», se incorporó a los warholianos después de ver a la Velvet en Chicago.

Casi dos décadas antes, cuando nuestro artista estaba en el Tech, su profesor Balcomb Greene le había dicho que, para ser bueno, el arte, con «a» minúscula, de Frank Sinatra o de Popeye dependía del arte, con «A» mayúscula, de la vanguardia. Su curso había finalizado con una conferencia en la que subrayaba el deber del artista plástico como dinamizador de la cultura popular. Tal como lo expresan sus apuntes: «Con el aumento del tiempo de ocio que nos ha traído la democracia, si la satisfacción que nos ofrece el entretenimiento no se hace más positiva (con mayor enfoque artístico), el animal humano sufrirá un deterioro».

Warhol podía haber dicho con orgullo, para aplacar a sus críticos, que con Exploding Plastic Inevitable estaba manteniendo a raya el declive de nuestra especie.

Con la promoción de su nueva banda y de su espectáculo, quizá Warhol se sintiera en ocasiones como si fuese un cajero de banco, repartiendo dinero en efectivo por doquier a todo el mundo.

La página de su diario correspondiente a Ann Arbor podría perfectamente haberla anotado un contable:

100—Nico
350—efectivo
150—COCHE
8—Barbara
15—Danny
5—Sterling
5—Barbara
25 maureen
50 Paul
25·Gerard

Uno no sabe si compadecerse de Warhol por todos esos gastos o si preguntarse por qué no les pagaba un poco más cada vez.

Quizá proceda más la conmiseración. La Factory suponía para él cada vez más comidas y cenas que pagar, más películas que filmar, positivar e imprimir, más amplificadores y baterías, más recaderos a sueldo. (Aunque solo fueran treinta dólares a la semana en el caso de Little Joey Freeman, un chico de quince años que se instaló en la Factory en torno a la época en la que llegó la Velvet). Sí, Warhol, según casi todos los testigos, era un tacaño. Freeman contó que cada vez que volvía de comprar comida para llevar del Burger Flame del

barrio, nuestro artista contaba el cambio que le daba; el jefe de la Factory pagaba taxis tan solo en el caso de que un recado no pudiera hacerse en metro. Pero Warhol podría haber justificado sin problemas ese racaneo. Los libros de contabilidad de 1966 reflejan unos ingresos de poco más de treinta y ocho mil dólares por la venta de obras de arte —solo la mitad de lo que, siete años antes, ganaba por sus ilustraciones—, más aproximadamente otros cinco mil en alquiler de películas y proyecciones. Y de ahí debía restar treinta y dos mil dólares en gastos de trabajo. (Aunque gran parte del equipo de oficina, audiovisual y de iluminación de la Factory lo intercambió por obras de arte). Podía permitirse el lujo de pagarse a sí mismo como salario siete mil dólares al año.

Por primera vez, la ilustración comercial no llegó en su rescate. Los dibujos de *blotted line* a cargo de Nathan Gluck se agotaron a principios del año nuevo, bien porque ya no había mercado para aquel estilo tan de los años cincuenta, bien porque Warhol ya no deseaba ver su nombre vinculado a él. No es que renunciara absolutamente a la idea de recibir ingresos comerciales, pero todos los esfuerzos que hizo en esa dirección resultaron ser bastante inverosímiles. En primavera, consiguió un encargo para decorar una furgoneta de reparto de yogures Danone. La marca quería abrir nuevos mercados, más allá de los «obsesos de la salud» y los «contadores de calorías», y debió de pensar que Warhol les aportaría un aura de modernidad. Hasta nosotros han llegado algunos documentos del proyecto, pero no hay ningún indicio de que este llegara a ninguna parte o diera frutos económicos.

Parece que Warhol ideó otra línea de ingresos aún más improbable: la venta de un pin con un boceto hecho por él mismo que representaba un botón de abrigo, con su hilo colgandero y todo. Se anunció como «el pin que todo el mundo quiere» en la edición de agosto de una revista titulada, farragosamente, *In: For the Girl of Today, the Woman of Tomorrow—The Magazine That Shows You How to Be In*. (Si tenías que leerla, es que no estabas a la moda). Pero tampoco parece que la participación de Warhol en las ganancias (el 25 por ciento) le diera para pagar muchas de sus facturas, si es que llegó para pagar alguna.

Aparte, hubo también algunos intentos de hacer anuncios televisión de vanguardia (todo un oxímoron) que no le granjearon ningún éxito.

En verano de 1965, Ira Sturtevant, publicista y el marido de la artista Elaine Sturtevant, había conseguido que Warhol trabajara en un anuncio de laxantes. Rodado casi como si fuera una prueba de pantalla, en él aparece una inexpresiva modelo que sostiene el producto, iluminada por una luz estroboscópica que parpadea lentamente mientras la cámara se acerca a ella poco a poco. La voz en

off de un hombre tétrico recita con dramatismo: «Cadence es el nuevo laxante ligero para ese estreñimiento que tan a menudo causan la tensión, los nervios o el ritmo de vida irregular. Repito: Cadence es para el estreñimiento que tan a menudo causan la tensión, los nervios o el ritmo de vida irregular».

El anuncio desplegaba en cierta medida la extraña atmósfera de las películas de vanguardia, cosa que, por supuesto, garantizó su fracaso en el pase de prueba que hicieron en Maine. «Creo que es un horror —opinó uno de los hombres de la agencia—. Ira quiere usar esto para llamar la atención sobre el producto. El problema es que nuestros clientes (por lo que sabemos) son señoras mayores. No son la vanguardia cultural… Es un riesgo enorme cambiar algo que ya está demostrado que funciona (aunque no sea especialmente nuevo) por algo desconocido del todo».

A dicho fracaso le siguió el anuncio, fallido casi por completo, de la línea de lencería Plaza 8 que Warhol filmó la primavera siguiente con Danny Williams.

Hacia finales de 1966, una de las agencias más populares de Nueva York, Grey Advertising, se puso en contacto con nuestro artista sabiendo de antemano que el anuncio que querían que les hiciera iba a resultarles inutilizable. Richard Frank, un joven empleado que se encargaba de organizar las proyecciones que se hacían de las propuestas de los directores a la hora del almuerzo, obtuvo permiso para pedir a Warhol que fuera a demostrarles en persona cómo filmar el anuncio más vanguardista que se le ocurriera. Le invitaron a que «vendiera» cualquier producto de los que fabricaban los clientes de Grey, él escogió el analgésico Bufferin y empezó a revelar las cosas más extrañas ante una sala atestada de publicistas. Una tarde de diciembre, sentó a Malanga, Woronov, Baby Jane Holzer y ocho más de su cuadrilla en torno a la mesa de reuniones, que estaba en el centro de la sala, delante de una proyección de dieciséis milímetros de viejas pruebas de pantalla, además de dos monitores de vídeo que emitían una versión de prueba del anuncio de Bufferin que Warhol había filmado el día anterior. (El pobre Frank, aterrado por la posibilidad de que el artista no se presentara al almuerzo, había querido asegurarse de tener algo que enseñar a sus jefes llegado el momento). Warhol y Morrissey, con una Auricon en mano cada uno, procedieron a documentar «la sesión de técnica mixta» mientras los miembros del elenco que el primero había elegido improvisaban alabanzas al producto. «Me gusta más el Bufferin que la Coca-Cola», dijo uno de ellos, como si estuviera actualizando las marcas de las obras pop art de Warhol. «Me tomé dos y no sentí molestias de estómago en ningún momento», dijo otro, haciendo la valoración de un tipo de pastillas muy distintas de las que se tomaban

habitualmente en la Factory.

«Fue una de las cosas más emocionantes ocurridas en Grey Advertising: no se podía pasar por la puerta», recordó luego Frank. También le hizo perder su trabajo. El joven le había vendido a Warhol el proyecto diciéndole que le permitiría entrar en el arte publicitario. Pero, como era de esperar, Grey no se convirtió en un cliente, así que nuestro artista empezó a proyectar las imágenes grabadas para el proyecto de Bufferin como obra de arte. Frank no consiguió que dejara de hacerlo y tuvo que cargar con las culpas ante la agencia.

Dadas estas decepciones en el ámbito comercial, el entusiasmo de Warhol por la Velvet puede considerarse desde una nueva perspectiva. La semana que estuvieron tocando en la Cinematheque de Mekas les reportó casi cinco mil dólares, y aunque gran parte de esos ingresos fueran destinados a cubrir gastos —y aunque correspondieran a catorce conciertos—, parecía que seguía habiendo espacio para crecer, especialmente si actuaban en un contexto y un local menos esotéricos.

Una vez que Warhol trasladó el espectáculo al Dom, que era un lugar (más o menos) de moda, se convirtió en todo un éxito popular, al menos para los estándares del East Village. El aforo de cuatrocientas personas les permitía ganar mil dólares en una noche medianamente buena, más o menos lo mismo que en la gira de la Rutgers. A veces, el club vendía todas las entradas, setecientas cincuenta. No era muchísimo dinero para repartirlo entre tantos implicados, pero para Warhol seguía siendo el equivalente a vender varios cuadros nuevos cada semana.

En algún momento, nuestro artista y la Velvet se reunieron en el teatro Apollo de Harlem para asistir a un concierto de James Brown, uno de los pocos espectáculos pop que podría rivalizar con la Velvet Underground en términos de energía disruptiva. Es probable que las enormes multitudes que atraía y los muy publicitados setenta mil dólares que ganó en una semana hicieran pensar a Warhol que podía esperar grandes logros de su nueva banda si conseguía conectar con el público.

Otro dato sobre James Brown que era bien conocido: cuando nuestro artista fue a verlo con la Velvet, había vendido veinticuatro millones de discos. Estaba claro que ellos también tenían que sacar uno.

Es aquí donde entra en juego el papel de Warhol como «mánager». Ya había puesto el dinero para comprar amplificadores e instrumentos nuevos para la Velvet. Les había proporcionado un espacio para ensayar en la Factory y, después, la oportunidad de actuar en el Dom. Tomó parte de los ingresos que le correspondían por sus conciertos

(unos setecientos dólares más o menos, además de una serigrafía menor que ofreció como trueque), y se los gastó en el alquiler de un estudio de grabación modesto, con un técnico, durante unos días a finales de abril. El objetivo era producir temas dignos de un álbum que pudiera enseñarse a cualquier compañía discográfica que tuviera la posibilidad, aunque fuera remota, de fichar a un grupo como la Velvet Underground.

Una vez la banda estuvo frente a los micrófonos, Warhol tuvo que ver entre poco y nada con la música que grabaron. Es posible que ni siquiera apareciera por las sesiones de grabación con demasiada frecuencia y, cuando lo hizo, lo que más le cautivó fueron las luces intermitentes de la mesa de mezclas. A él le gustaba de verdad su música —la banda le grababa demos que este escuchaba en su magnetófono Uher de camino al trabajo—, pero su contribución clave fue la de espolear la radicalidad de la Velvet, como Lou Reed contó una vez:

> Me llevó aparte. Me dijo: «Hagas lo que hagas, no les dejes que te cambien nada…, no cambies las letras si te lo piden. No dejes que lo cambien…, no intentes adecentar nada. Déjalo todo como está». Así que, cuando luego nos reunimos con los tipos aquellos y nos dijeron: «Bueno, ¿y qué tal si bla, bla, bla?», y «¿A usted qué le parece, señor Warhol?», el señor Warhol dijo: «Oh, todo está genial tal cual está». Y eso era todo. Y como él era quien era, lo dejaban. Si hubiéramos estado solo nosotros, no habríamos tenido forma de salirnos con la nuestra, pero como él estaba allí, lo aceptaban. Aparte, a esa gente no les gustaba nuestra música, para empezar.

Warhol comprendió que el verdadero logro estético de la Velvet dependía de que el público no la comprendiera, al igual que la serigrafía de un suicidio o una película de seis horas sobre una persona durmiendo. Sin el sonido punzante de la viola de Cale, o el graznido de la guitarra de Reed o las letras sobre heroína y sadomasoquismo, la Velvet Underground era solo una banda de rock más. David Bowie habló de sus primeras impresiones al escuchar una maqueta del álbum de la banda, que había llegado a Inglaterra: «Me emocioné tanto que no podía ni moverme». Las respuestas de las discográficas a la grabación de la Velvet también demostraron que Warhol había estado en lo cierto, al menos en términos de su formación vanguardista.

«No hay forma humana de que una persona en su sano juicio vaya a querer comprar, escuchar o apostar por este disco —dijeron los ejecutivos de Columbia Records—. Estáis totalmente chalados».

En Elektra, recordaba Reed, los jefes declararon que tanto las letras como el sonido eran inaceptables. «Esa viola…, ¿no puede tocar Cale otra cosa?».

De nuevo, como sucedió a menudo en la carrera de Warhol (que

supuestamente fue un vendido), su interés por lo artístico superaba su interés por obtener beneficios.

Lou Reed contaba que la Velvet consiguió, al fin, un contrato para grabar un disco —a principios de mayo con MGM—, aunque eso no tuvo mucho que ver con el atractivo de la banda, sino que fue porque Warhol accedió a diseñar la carátula del álbum. Pero en vez de hacer algo de tipo pop art juguetón, inofensivo y vendible, como seguramente esperaba MGM, la famosa carátula de nuestro artista vinculaba a la Velvet con el tipo de cultura *queer* pura y dura que la Factory estaba empezando a representar. Warhol diseñó una portada totalmente blanca cuyo único ornamento era una piel de plátano aplicada en vinilo amarillo; quienes adquirieran el álbum debían pelar esa piel, que funcionaba a modo de prepucio, y descubrían una fruta de color rosa, bastante fálica, que flotaba orgullosa por encima del nombre de Warhol (el nombre de la banda quedó relegado a la contraportada).

¿Tuvo algo que ver aquel diseño radical, junto con el radical talento de la banda, en el hecho de que *The Velvet Underground and Nico* vendiera sus respetables casi sesenta mil copias? ¿O acaso el extremismo inflexible, tanto de la portada como de la música de la banda, impidió que llegaran a vender cinco millones? Según Moe Tucker, una vez que se lanzó el disco, que fue casi un año después de haber firmado el contrato, el sello apenas hizo ningún esfuerzo por promocionar o distribuir el insolente álbum. «No sé por qué nos ficharon —dijo Tucker—. ¿Para sacarnos de las calles? Fue todo un misterio. Es decir, ¿por qué nos ficharon? ¿Por motivos fiscales? ¿Para poder ignorarnos?». Los fans apenas encontraban copias del álbum, contó Tucker, aunque puede que eso mismo hiciera que significara aún más para quienes sí lo consiguieron.

«Se convirtió en el test de Rorschach para distinguir quién era guay y quién no —contaba un fan que viajó en coche desde Austin hasta San Antonio para comprar el disco—. "¿Tío, sabes dónde para el Velvet Underground? Vaya, sí que somos de pueblo". La más mínima duda y estás fuera. "No vuelvas a aparecer por mi casa y recoge tu silla cuando te vayas, que entiendo que es lo que vas a hacer ahora mismo"».

Las sospechosas letras del álbum hicieron que se prohibiera en casi todas las emisoras de radio, por lo que solo llegó, a duras penas, al puesto número 171 en las listas de *Billboard*. Durante dos años, cosechó solamente veintidós mil dólares en derechos de autor, que tenían que repartirse entre toda la multitud de creadores. La compañía de *managing* de Warhol, registrada como Warvel, se llevaba una quinta parte de aquello, que apenas bastaba para compensar algunos gastos y quizá obtener una pequeña ganancia.

Con sus Vacas *y sus* Nubes de plata.

29
1966

LAS *NUBES DE PLATA* Y LAS *VACAS* PARA LA PARED | JULIA WARHOLA EN CASA, ENFERMA | RICHARD RHEEM SE MUDA A CASA, DESPUÉS SE MARCHA

«He dejado de hacer cuadros. Creo que lo que haré es tomar partes de algunos estudios antiguos, pegarlas y venderlas como cuadros acabados para ganar algo de dinero».

INTERCAMBIO: Tú alimentas la fábrica. Suministras artículos negociables, nuevos o en buen estado a la Obra Warhol (equipo técnico, buenas comilonas gratis, ropa maravillosa, películas, luces, tu trabajo, lo que tengas, lo que seas). ANDY WARHOL certificará tu OBRA WARHOL con su firma. Para concertar una cita, llama a EL5–9941.

Este anuncio apareció en la sección de anuncios por palabras del *Village Voice* en la primavera de 1966. Da la impresión de que, en su búsqueda de fondos operativos, Warhol tuvo que rebajarse a mercadear con su firma. Pero está claro que el anuncio no era una propuesta para abastecer y nutrir el estudio en serio; nuestro artista tenía ya a mano industriales (y restauradores) más que de sobra a los que proponer trueques. Lo que constituía de verdad aquel párrafo en el *Village Voice* es la más pública de sus declaraciones. Proclamaba que cualquier objeto o acción que aconteciera en el mundo (quizá, incluso, cualquier concepto o entidad) podría considerarse una obra de Andy Warhol, al menos una vez se hubiera ganado su firma a cambio de «alimentar» —léase: de integrarse en— la Factory. Un avezado crítico entendió de inmediato, acertadamente, que el anuncio era «la declaración más literal que hemos visto hasta la fecha del mensaje de Andy Warhol: que Arte y Vida son intercambiables». Es decir, era un exabrupto contra todos nuestros conceptos convencionales sobre el arte, incluidos aquellos que hacían que los lienzos pintados, o incluso los serigrafiados, adquirieran la categoría de bienes de valor único (de la clase que servía como fuente de financiación de todo el resto de actividades de la Factory, tal como el propio Warhol admitía). Sin embargo, su entrega al ideario vanguardista hacía que no le importara acabar con su única fuente de ingresos garantizada justo en el

momento en el que su marchante desvelaba que sus cuadros pop art se estaban vendiendo diez veces más caros que hacía pocos años.

«He dejado de hacer cuadros —dijo Warhol en la primavera de 1966 —. Creo que lo que haré es tomar partes de algunos estudios antiguos, pegarlas y venderlas como cuadros acabados para ganar algo de dinero». Pero incluso eso seguía suponiendo para él demasiada capitulación ante el viejo medio, tal como dejó claro su segunda exposición individual en la galería de Leo Castelli: una muestra sin cuadros que se inauguró en abril, una semana antes de que la Velvet apareciera por primera vez en el Dom. Dieciocho meses antes se había celebrado la exposición de los cuadros de las *Flores*, cuyo uso de la repetición infinita había conseguido poner en entredicho la grandeza del medio pictórico, al mismo tiempo que había proporcionado a Castelli un buen número de cuadros que poner a la venta. En esta nueva ocasión, Warhol no se anduvo con chiquitas y, en un gesto más valiente, se negó a reponer las existencias del marchante. La única «obra de arte» a la vista, instalada en la trastienda de la galería, era un cómico papel de pared amarillo con unas cabezas de vaca rosas a tamaño real serigrafiadas industrialmente. En su momento, algunos críticos habían detectado —y criticado— las referencias a la decoración de interiores que hacía la exposición de los cuadros de *Flores* en la galería Castelli. En esta ocasión, Warhol estaba convirtiendo esa referencia en el contenido inevitable e irreprimible de su arte.

El detonante del proyecto fueron las imágenes «agudas y mordaces» de la irónica colección de cuadros de vacas que poseía el propio Ivan Karp, o eso afirmaba el mismo marchante, pero, al trasladarlas al papel de pared, acabaron convirtiéndose en «algo superpastoral, desmesurado, demasiado grande, demasiado ridículo»; es decir, algo típicamente warholiano. (Otra idea que nuestro artista propuso a un fabricante de revestimientos para paredes: «Completamente blanco. Todo papel blanco»).

En la sala principal de la galería, Warhol seguía tocando las narices. Las paredes estaban casi totalmente desnudas, pero en el centro flotaban una docena de globos hechos de *film* plástico plateado, como almohadas llenas de helio. Se trataba de las llamadas *Nubes de plata*, y eran el último golpe mortal de Warhol contra la pintura: «Pensé que tenía que haber una forma de acabar con ella, y que la única forma era hacer un cuadro flotante […]. La idea es llenarlos con helio, soltarlos por la ventana y que se alejen flotando». De hecho, cuando las *Nubes de plata* se expusieron, finalmente, en la galería Ferus de Los Ángeles, algunas de ellas salieron flotando por la puerta.

En una foto aparece Warhol jugando con sus nubes en la galería Castelli y, detrás, al fondo, se ve un impasible cuadro de

Rauschenberg; allí expuesto, el lienzo parece una tía solterona incapaz de entender a la juventud actual. «Creo que la pintura está pasada de moda» fue otro de los insultos que Warhol propinó al venerable medio.

«De veras que no creo en los objetos», insistía el artista mientras trabajaba en sus *Nubes de plata*, y aseguraba que aquellos globos podían comprarse «en cualquier juguetería por prácticamente nada».

Eso era una mentirijilla. Por mucho que se supusiera que las *Nubes* debían funcionar como objetos encontrados, como antiarte, la idea no se le había ocurrido por casualidad. Warhol se había tomado aquel proyecto muy en serio y llevaba bastante tiempo pensándolo. Le llegó la inspiración dos años antes, cuando estuvo pensando en alguna colaboración con Billy Klüver, aquel amigo suyo ingeniero que trabajaba en los famosos laboratorios Bell. Su primera idea fue fabricar juntos una bombilla flotante que se iluminara desde el interior, pero Klüver se dio cuenta de que debido a las baterías que necesitaba pesaría demasiado para elevarse.

A Warhol se le ocurrió lo de las nubes en algún momento después de aquello, cuando el ingeniero le enseñó un nuevo tipo de *film* plástico plateado que 3M había fabricado para envolver los bocadillos de los soldados. Klüver había estado intentado, sin éxito, cortar el papel Mylar en forma de cúmulo, pero entonces Warhol, el gran simplificador, dio con la clave: «Andy se limitó a doblar un trozo por la mitad y dijo: "Es una nube plateada"». La forma simplificada establecía un vínculo sólido con el tipo de escultura minimalista que triunfaba en aquel momento, pero, además, significaba que las *Nubes* podían producirse directamente en la Factory, gracias a una sencilla máquina de termosellado que les dejó el laboratorio de Klüver (aunque, al final, Warhol subcontrató el sellado).

El lanzamiento (literal) de las *Nubes de plata* tuvo lugar el 4 de octubre de 1965, cuando Warhol y un grupo de acólitos lanzaron un tubo (o falo) plateado de siete metros y medio desde el tejado de la Factory y se lo enviaron «a Dios, arriba, arriba».

«Oh, qué bonito, es precioso de verdad…, es infinito porque se funde con el cielo —dijo Warhol, tal como puede verse en una grabación del momento—. Oh, es fantástico. Una de las cosas más emocionantes jamás ocurridas».

Como (más o menos) buen casi católico, quizá nuestro artista tuviera en aquel momento los pensamientos puestos en el infinito debido a lo que estaba sucediendo abajo, en la calle: el papa Pablo VI se encontraba en Nueva York, en la primera su visita a Estados Unidos, y en su trayecto de vuelta, tras intervenir ante las Naciones Unidas, pasó por delante de la Factory. Los policías encargados de la seguridad también estaban concentrados en las alturas —en concreto,

en los tejados de la ciudad— y no les hizo ninguna gracia detectar un ovni flotando en el cielo. «Se desató un infierno, porque pensaron que estábamos amenazando la vida del Papa», dijo uno de los warholianos allí presentes.

El entusiasmo espontáneo que expresa Warhol por su pieza flotante hace pensar que, como en el caso de casi todos los artistas conceptuales, su divorcio de lo «retiniano» fue siempre más polémico e intelectual que realmente emocional. Por mucho que echara pestes de la pintura, nunca llegó a renunciar del todo a sus placeres; las almohadas plateadas, si bien destinadas a acabar con un viejo medio, eran también un excitante medio nuevo. «Son tan bonitas... —dijo Warhol en un momento inocente y espontáneo—. Parece que te están siguiendo, flotando a tu alrededor». Una vez, Rudolf Zwirner, uno de los primeros marchantes alemanes de nuestro artista, estuvo un rato mirando una sala llena de *Nubes* en su galería, todas ellas rebotando y rechinando unas contra otras, y de pronto entendió la deliciosa orgía artística que estaba presenciando. Las *Nubes de plata* de Warhol, señaló, tenían claramente su propia «vida social». También detectó otra faceta, tanto de las *Nubes* como de la sofisticación de su autor: se dio cuenta de que en ellas resonaba el eco de una famosa instalación de Marcel Duchamp, quien cierta vez cubrió el techo de una exposición surrealista con unos sacos sucios de carbón cuya forma y tamaño eran similares a los de los brillantes globos que flotaban por el techo del propio Zwirner. Aquella conexión, y la reversión que suponía (del carbón, oscuro y pesado, al papel Mylar, ligero y brillante), confirmaron la opinión del marchante acerca de Warhol como una persona sumamente inteligente y con enormes conocimientos en el sentido más tradicional, y casi erudito, del término. Puede que Warhol, devoto alumno de Duchamp, hubiese estado pensando en ese eco desde que empezó su trabajo con las *Nubes*, pero, si no fue así, sin duda debió de detectarlo ya durante los primeros vuelos de prueba.

Pocas semanas después de la visita papal, apareció una nota de prensa que incluía una referencia críptica y burlona al «Up Art [«arte elevado» de Warhol], una nueva forma secreta de arte». En tanto que «escultura flotante» (el término preferido en la Factory), las *Nubes* se integraban en el nuevo movimiento de arte cinético que empezaba a emerger. Ya en 1961, el colectivo alemán Zero había hecho flotar sobre Düsseldorf un globo transparente enorme, y Alfred Leslie, amigo de Warhol, había diseñado en Nueva York una pieza llena de helio para una exposición de arte cinético celebrada en Ámsterdam que llevaba el título de «Arte en movimiento». La extensa cobertura que le dio el *Newsweek* proporcionó algunas ideas al propio Leslie y a Billy Klüver, que antes de trabajar en las *Nubes* de Warhol había pedido

información sobre el inflable de Leslie. Para mediados de la década, un notable joven comisario de arte llamado Willoughby Sharp se presentaba en el museo con la propuesta de una exposición titulada «Arte de aire», que incluiría inflables de diversos tipos realizados por quienes llegarían a ser grandes estrellas del arte como Hans Haacke, Les Levine y también Robert Morris, el minimalista que había participado en la exposición de la galería Green donde se expuso por primera ver el pop art de Warhol.

Las «esculturas flotantes» de Warhol le permitían hacer un guiño a esta última tendencia consistente en emplear nuevos materiales en el arte, tal como reconoció de inmediato uno de los críticos. Pero, al poder alejarse flotando, aquellas antipinturas le permitían también dejar claro que no era tan inocente para creer en el anticuado compromiso preduchampiano que dicha tendencia mantenía con el objeto material. En Nueva York, la galería Castelli, asentada sobre la cerebral obra de Jasper Johns, era el hogar de la más seria reflexión filosófica sobre el arte, lo que significaba que, exponiendo allí, Warhol podía compensar el papel que desempeñaban sus *Nubes de plata* como una nueva forma revoltosa de escultura con su función como cáustico arte conceptual. A pesar de la levedad literal de las *Nubes de plata*, la obra tenía también la gravedad de una elegía a la pintura, e incluso al arte en su conjunto. Un crítico podía tildar, desdeñosamente, esta segunda salida del armario de Warhol en la Castelli de «pequeña exposición muy agradable», mientras que otro podía afirmar que la muestra impedía por completo «la felicidad y la alegría, incluso el placer». Ese es el Warhol más típico, el que unía conceptos irreconciliables.

Un astuto crítico, Robert Pincus-Witten —el joven amante con el que nuestro artista había estado mirando pisos para comprar unos años antes—, entendió bien la conexión que existía entre la exposición de la Castelli y aquel anuncio del *Village Voice* que ofrecía estampar la firma de Warhol en toda clase de productos. Comprendió que lo que estaba haciendo nuestro artista era negar el estatus del arte como categoría única y superior, y también supo reconocer que cualquier artista que se dedicara a negar la validez del arte al tiempo que montaba una exposición individual en una galería famosa iba a encontrarse con problemas. Se refirió a ello como «la posición hipócrita que [Warhol] se ha impuesto de forma suicida». En el mundo del arte de 1966, con dudas crecientes cerniéndose sobre todas las instituciones artísticas, era difícil que existiera una posición más emocionante que mantener.

El termosellado de las *Nubes* costó sesenta y cinco centavos por pieza y el papel Mylar, otros pocos más. Warhol, convencido de que conseguiría que se consideraran una obra de arte seria, pensó que

podían venderse a quinientos cincuenta dólares cada una —casi el mismo precio que alcanzaban en aquel momento sus cuadros de la *Silla eléctrica*—, y había encargado casi un centenar. «¿Crees en serio que puedes salirte con la tuya con esto?», le preguntó un periodista cuando se anunció el precio. «Sí», respondió Warhol. Su marchante tenía otra opinión. Castelli se decidió por un margen de beneficio de no más del 5.000 por ciento, puso un precio de cincuenta dólares por nube.

La inauguración fue todo un éxito: hubo que contratar guardias de seguridad («hombres de Pinkerton») para controlar a la multitud. Pero, aunque los visitantes hacían cola para entrar, claramente no tenían intención de comprar, ni siquiera con aquellos precios de saldo. Aunque la galería vendió treinta y cuatro de las *Nubes* en el transcurso de 1966, Warhol solo ingresó por ellas unos cuatrocientos dólares. Eso significa que, aunque imitaban la producción en masa, en realidad no sedujeron a las masas hasta el punto de provocar su deseo; permitían que Warhol hiciera ese papel de vendido del mundo del arte, pero sin vender nada en realidad. Las *Vacas*, que podían adquirirse como rollo de papel de pared y también por cabezas sueltas, tuvieron una salida un poco mejor: el artista se embolsó unos mil trescientos dólares, apenas un poquito más de lo que costó su producción.

Puede que ganara unos dólares extra cuando *Vogue* usó las *Nubes* como escenografía en una sesión de moda, pero también es posible que para él fuera suficiente saber que aquellas «pinturas» nacidas en una galería podían tener otra vida en la cultura popular.

Muros llenos de vacas con pinta bobalicona, nubes de globos ondeando, artistillas con el pelo teñido de rubio platino jugando con un látigo mientras los atraviesan unas luces parpadeantes: hay que admitir que el adjetivo «cursilada» puede aplicarse a algunas de las producciones de Warhol de mediados de los años sesenta. Sin duda, su estilo rompía todas las reglas de lo que se entendía como arte serio, incluso según la definición mucho más flexible que había introducido el pop art, tal vez incluso según los estándares de Jeff Koons, cincuenta años después.

Hasta él, los artistas que habían ido de raros, como los de la Judson, siempre habían dado a esa cualidad un sesgo que le otorgaba profundidad e impedía que fuera parte del entretenimiento popular. Independientemente de la opinión que se tuviera sobre sus actuaciones, sin duda pertenecían a una sofisticada alta cultura. Pero, para 1966, la rareza de Warhol se había hecho a veces fácil de asumir: era más loca que transgresora. Da la sensación de que el artista quisiera contrarrestar, o incluso camuflar, la verdadera agresión que

suponían algunos de los productos de la Factory (lo disfuncional de sus superestrellas, la furiosa distorsión de su banda de música) entre espectáculos de luces y globos que podían pasar por algo transgresor para el público de los programas de Ed Sullivan.

Lou Reed estaba obsesionado con la idea de volver al rock «auténtico»: «En mi opinión, no hay nadie en el mundo de la música que esté haciendo algo que se aproxime siquiera a ser auténtico, con excepción de nosotros… Una cosa específica que sea muy auténtica, muy real…, no puede parecer ni impecable ni falsa en ningún sentido concebible». Esa misma «autenticidad» era lo que había hecho que Reed se sintiera atraído por Warhol en primer lugar, decía, pero ¿la encontraba de verdad en lo que ocurría en el Dom? Allí, sobre el escenario, el propio Cale tenía dudas acerca del bochinche hortera que enmarcaba su sonido rigurosamente moderno. El baile de Malanga con el látigo traducía la impactante dureza del sadomasoquismo al lenguaje de los populares programas de variedades *Shindig!*, *Hullaballoo* y otros musicales de televisión en los que, de hecho, Cale ya había aparecido antes. El propio Warhol describía su chaqueta de cuero como una pieza «hortera» salida de una tienda de saldos, lo que significa que la entendía como un disfraz *camp*, literalmente, no porque pensara que con ella estaba haciendo una sólida declaración contracultural. Warhol sabía muy bien que, en 1966, el viejo estilo Brando ya no funcionaba como contracultura. Seguramente mantenía la misma distancia respecto de gran parte de aquella teatralidad que había creado para la Velvet. En la época en la que Exploding Plastic Inevitable podía verse en el Dom, *Newsweek* publicaba un artículo de portada sobre la cultura pop que hablaba de aquel espectáculo en el escenario del mismo modo que del nuevo «sujetador invisible» y «un anuncio lleno de "¡Pum!" y "¡Bum!" para los caramelos Life Savers». Los diseños de iluminación de Warhol estaban teniendo dificultades para ser considerados obras de arte.

Impasible y desapegado, nuestro artista había tomado medidas para erigirse como el más guay. («Si nos hubiera caído una bomba, Andy hubiera contemplado la nube en forma de hongo diciendo, tal como hace en sus momentos de mayor emoción, "Guau"»). Y, sin embargo, estaba organizando aquellas sesiones del Dom sin preocuparse por que todo tipo de cosas horteras y nada guais se vincularan con su nombre. El público procedente de la parte alta y las zonas residenciales de la ciudad que el club estaba empezando a atraer se consideró como una señal de que la era bohemia del vecindario estaba llegando a su fin. «Lo que queríamos de verdad era plantarnos allí e incomodar a la gente —contaba John Cale—. ¿Y qué pasó? Pues que terminamos haciendo bailar a Walter Cronkite y Jackie Kennedy». Eso les puso fácil a las figuras de la cultura descartar la obra más reciente de

Warhol como una cursilería con que alimentar a las personas de cultura media. Quizá podía entenderse como especialmente mala señal que la Liga Juvenil de Cleveland decidiese otorgar a nuestro artista su Premio a las Contribuciones Distinguidas a la Vida Cultural de Estados Unidos. (Warhol aceptó el premio, pero se negó a asistir a la recepción y al desfile de moda que lo acompañaban). Tampoco, seguramente, fue mejor señal que los buenos burgueses de Ocean City, New Jersey, le pidieran que encabezara su marcha artística anual y le concedieran su Premio al Mérito, como ya lo habían hecho —así se lo aseguraron— varios ilustradores destacados.

Para la época de la exposición de las *Vacas* y las *Nubes de plata* en la Castelli, así como del espectáculo del Dom, Warhol se habría enterado ya de que su viejo amigo Henry Geldzahler lo había excluido definitivamente de la lista de artistas que iban a representar a Estados Unidos en la Bienal de Venecia. «El arte abstracto sigue ofreciendo las posibilidades estilísticas más ricas», había dicho el comisario de arte en una conferencia pública y, en una importante semblanza que le dedicó un periódico, había declarado que el pop se había quedado anticuado. Pero si bien es cierto que incluyó a varios pintores abstractos en su selección para Venecia, también invitó a Roy Lichtenstein, que era el rival de Warhol como rey del pop. El verdadero problema de nuestro artista parece que no fue tanto su vinculación con el pop art como su perfil cultural popular y cada vez menos serio. Eso suponía un riesgo notable para el estatus de Geldzahler en el importantísimo Met: «Los miembros del patronato estaban muy nerviosos con el tema. Por entonces, Andy tenía a la Velvet Underground y estaba empezando a hacer películas. Sabía que si lo llevaba a Venecia, se produciría un revuelo enorme». El modelo conservador del arte en el que se movía Geldzahler podía ampliarse para incluir a un pintor pop «heterosexual» como Lichtenstein, pero no tanto como para incluir a una figura pop —ni popular— como Warhol. Ese abismo entre sus ideas llevó a que se enfriara la relación entre los dos amigos, y a partir de ahí solo se produjeron distensiones puntuales.

Si Geldzahler hubiera sido solo un poco más flexible en su manera de pensar, habría llegado a ver que media década de cuidadosas maniobras artísticas permitía a Warhol sugerir una forma distinta de leer el atractivo de culto que despertaba en las masas: a fuerza de esculpir su propia persona como una obra de arte pop de fácil comprensión para el público, también había pasado a formar parte de la cultura popular. Es decir, que él mismo era ya la lata de sopa o el cómic de la «baja cultura» que podía introducir en el pop art para elevarlo al estatus de «alta ironía». Si, en ocasiones, Warhol y su producto de la Factory se veían calificados de basura, el inodoro de

Duchamp seguía transformándolos en oro. Y como todas las transmutaciones, la de Warhol tan solo causaría la debida impresión si partía de los materiales más básicos. (Gran parte de la importancia del oro de los alquimistas estaba en que este empezaba siendo plomo innoble; la transmutación de la plata en oro difícilmente habría causado tanta impresión). Las *Nubes de plata* tenían que correr el riesgo de ser solo artículos triviales entre las novedades si querían certificar la muerte de la pintura. Es posible que la Velvet Underground necesitara una explosión plástica cursi para que la intervención de Warhol pudiera convertirlos de baja cultura popular en alto pop art. Parece que la transformación funcionó: el empresario Gian Carlo Menotti se puso manos a la obra para llevar a nuestro artista y la Velvet a su festival de élite en Spoleto.

Puede que «Andy Warhol» promoviera una cultura popular banal. Pero se podía confiar en que el artista, el brillante artista encerrado dentro de esas comillas, terminara convirtiéndola en arte.

«Una vez que tuvimos la Factory, la casa era zona prohibida». Así recordaba Gerard Malanga el cambio que vio producirse en la vida social de Warhol durante los primeros años en los que se conocieron.

En los inicios del auge del pop, la estrategia de nuestro artista había sido atraer a las personas que le interesaban —De Antonio, Geldzahler, Karp e incluso los Scull— hacia su excéntrica existencia en su casa neoyorquina. Esas habían sido sus formas durante sus primeros meses en la gran ciudad, cuando invitó a su primer contacto en *Glamour* a visitarlo «cuando quisiera» en la «casa superartística» que compartía con la bailarina lesbiana y su pareja nudista. En su casa de Lexington Avenue las puertas estuvieron aún más abiertas, en particular una vez que había decorado su nuevo salón con teca danesa y madera curvada austriaca. Todo aquello cambió, de forma drástica, cuando la Factory despegó y Warhol empezó a llevar una vida implacablemente pública. Para verlo —y de verdad podías verlo, quienquiera que fueras—, solo tenías que ir a dondequiera que estuviera, en una fiesta, en un club o enfrascado en alguna que otra actividad de la Factory. Pero entonces su casa se convirtió en un espacio privado, donde la admisión se concedía solo como «un privilegio verdaderamente raro», según un habitual del estudio que estuvo en su casa durante unas horas en 1966. En las dos décadas siguientes, muy pocas personas tuvieron acceso a la vida hogareña de Warhol.

Se podría decir que Andrew Warhola, o lo que quedaba de él, necesitaba un refugio ocasional de Andy Warhol, la criatura casi ficticia que aparecía en televisión y en la prensa. Su madre era la

única persona cuya presencia era constante en el santuario de su casa adosada, y Warhol la quería cada vez más para él solo, aunque él mismo cada vez estuviera menos presente. «Mi hijo Andy está en casa muy poco, trabaja mucho, viaja mucho en avión, va a menudo a tocar música con la banda», se quejaba Julia en una carta a sus familiares. Los compañeros más leales de Julia habían sido los dos Sam que quedaban y Echo, el pájaro miná, especialmente una vez que Nathan Gluck hizo su último trabajo para Warhol, a principios de 1966.

Parece que la madre de Warhol seguía cocinando y ocupándose de la casa de su hijo, al menos cuando él estaba allí para que lo cuidaran, pero la dirección de los cuidados empezó también a invertirse. A medida que se acercaba a los setenta, su salud fue empeorando. Los problemas médicos que Warhol le había mencionado a Eleanor Ward no hicieron más que agudizarse durante los años siguientes. Hay una nota de una amiga de Julia Warhola, fechada en la Navidad de 1964, que le envía buenos deseos tras su reciente ingreso en el hospital; Malanga recuerda haberla visitado allí con su hijo. Nueve meses después, el médico de los Warhola le comunicaba que su «tuberculosis pulmonar relativamente avanzada» parecía estar mejorando, una buena noticia que sugiere un peligro ya pasado (aunque debido a esa enfermedad el Departamento de Salud visitó regularmente la casa de Warhol). Y, luego, Julia volvió a ingresar en el hospital durante un mes a mediados de 1966: al llegar a casa un día, empezó a sangrar por la nariz y se desmayó.

La madre de Warhol encontró sin duda algunas amistades —o al menos contactos sociales— en su habitual visita dominical a la iglesia bizantina, a setenta y cinco manzanas de su casa, ni más ni menos. (Su hijo no iba con ella, al menos cuando los parientes de Pittsburgh estaban en la ciudad para cumplir con ese deber). Es posible que encontrara también cierta camaradería entre los rusinohablantes del barrio de inmigrantes donde estaba la iglesia, y donde solía comprar la comida típica de su país de origen. Pero en casa de su hijo, durante la semana, Warhol sería prácticamente toda su ayuda, responsable de todos los cuidados y el cariño que ella recibiera. Aunque era una de las socias de Andy Warhol Enterprises, Inc., y con la contabilidad de la Factory salían regularmente cheques de cinco cifras a su nombre, es casi seguro que eran parte de una ficción contable. Es poco probable que Julia viera, quisiera o necesitara todo ese dinero en efectivo: sus donaciones anuales a la iglesia rondaban los cien dólares, igual que las cantidades que enviaba a sus familiares en Europa. Warhol se aseguraba de que tuviera dinero para todos aquellos gastos y también para ir a comprar al supermercado que había cruzando la calle. Se cuenta que no le gustaba alejarse más, pues la zona al norte de su casa empezaba a ponerse peligrosas.

«No tengo tanta afinidad con mi madre —le confió Warhol a un amigo—. A muchas otras personas les cae mejor, se llevan mejor con ella, les gusta más hablar con ella». No es una confesión tan sorprendente como podría parecer. Claro está que la *babushka* encantadora e inofensiva que los demás veían en Julia Warhola, y que disfrutaban, no da cuenta totalmente de la poderosa influencia que esta ejerció en la vida de Warhol, ni de los complejos sentimientos que suscitó en el artista-hijo que ayudó a crear. Si una vez Warhol había admitido que ella era «ta-a-a-n interesante», eso probablemente la convertía más bien en un problema para él.

En la década de 1950, tanto él como ella se habían aprovechado del hecho de que la gente la subestimara para convertir al personaje de «la madre de Andy Warhol», la campesina checoslovaca inocente y encantadora, en una fuerza que impulsara la carrera comercial de su nuestro artista. Su tradicional escritura a mano, que falsificaron, llegó a ser casi tan popular como las imágenes de Warhol; algunos clientes recibían su diseño de papelería corporativa con la letra de Julia sin contribución alguna por parte de él. Pero con la llegada del pop art típicamente estadounidense, la figura de Julia fue desapareciendo, al menos del repertorio artístico de Warhol. Ella parecía seguir dispuesta a vivir en ese personaje, al menos en otra ocasión, cuando fue entrevistada para una serie de *Esquire* sobre madres de personajes famosos. Interpretó el papel completo de *babushka*, recordando su boda de adolescente en su país de origen («Día y medio con mi madre; día y medio con su madre») y su llegada a Nueva York en la década de 1950 («Andy va a Nueva York solo. Yo recé, Dios, oh, Dios, ayuda a mi pequeño Andy. Él no trabajo. Yo lo ayudo con poquito de dinero. Luego lo visito. Una vez, dos veces, tres veces. Me quedo»). Resulta significativo que cuando apareció el artículo, a finales de 1966, en vez de deleitarse con la imagen campesina de su madre, Warhol se enojara porque la periodista no había retocado su inglés para que no sonara tan rural. Se lamentó ante su hermano John de que la hacía parecer una «absoluta discapacitada mental».

Pocas semanas después de que la semblanza de su madre llegara a los quioscos, Warhol decidió hacer otra él mismo: una película a color filmada en su propia casa con su fiel Auricon. Hoy se conoce como *Mrs. Warhol*, pero originalmente se llamaba *The George Hamilton Story*, en referencia a la conocida relación entre dicho actor y su madre, que se casó varias veces. Warhol consiguió que Julia interpretara el papel de la señora Hamilton, aunque reescribió la historia de forma que ella no solo se divorciaba de sus cónyuges, sino que los asesinaba. Al igual que con todos los demás «guiones» de la Factory, este era solo un punto de partida para la improvisación. Julia Warhola colaboró muy alegremente. En la pantalla, alterna entre su papel ficticio como

verdugo de veinticinco maridos y su persona (más o menos) real de anciana madre del cineasta. «Soy demasiado mayor para ti; solo me quieres para que te cocine», le dice al joven que, frente a ella, interpreta a su último esposo, y «Si eres marido bueno, yo te hago huevos revueltos». Admite haber tenido quince maridos, y dice que está «buscando otro… con una sola pierna, para que no pueda pegarme». En su papel de madre de Warhol, limpia un zumo que se ha derramado y enseña a su joven «esposo» a planchar calzoncillos. Frente a la cámara, Julia Warhola despliega la misma inusual combinación de astucia e ingenuidad, sofisticación y simplicidad, que su hijo desarrolló hasta convertir en una táctica de creación artística.

La película de Julia Warhola no llegó a proyectarse públicamente, sin duda porque dejaba entrever aspectos de la vida doméstica de Warhol. No es solo que aparecieran en ella su madre y su casa (no se había filmado allí ninguna otra producción desde la cinta de Taylor Mead con el *speed*), sino que también revelaba que sus novios podían formar parte de su hogar. El «marido» de Julia Warhola lo interpretaba un joven llamado Richard Rheem, que vivía realmente con nuestro artista en la época del rodaje. Parece que los calzoncillos que le planchan en la cinta son suyos, lo que plantea dudas sobre lo despistada que la madre de Warhol podía andar acerca de la sexualidad de su hijo. Malanga cree que ella sabía de qué iba la cosa, pero que optaba por ignorar esa realidad.

La familia de Richard Scofield Rheem II era propietaria de la marca californiana de aparatos de aire acondicionado Rheem. Warhol lo conoció en San Francisco durante un viaje que hizo en mayo de 1966, en una fiesta organizada por el tío artista del joven. Richard Rheem era atractivo, tenía unos labios carnosos y sensuales y un corte de pelo juvenil como el de Christopher Robin. Warhol le propuso al joven de veinte años ir a Nueva York a protagonizar alguna de sus películas. No sabemos cómo de seria era esa oferta, pero Rheem, ciertamente, se la tomó en serio. Le escribió dos veces ese verano, proponiéndole —y después insistiendo— planear una visita a la Factory durante las dos semanas de vacaciones que le permitía su trabajo en Hughes Aircraft. «Mi corazón y mi alma arden y estoy lleno de deseo, así que ¿me lo confirma?», le escribió al «Estimado señor Warhol» del encabezado, y el susodicho finalmente se lo confirmó, en una llamada a finales de agosto. La larga carta que Rheem le escribió en respuesta, esta vez dirigida a un «Querido Andy», es encantadora, aunque su entusiasmo también da un poco de miedo. Comienza con «Qué emocionante hablar contigo por teléfono […] tienes una voz extraña y maravillosa […]. Me dejó sin fuerzas», y luego sigue con seis páginas de

confesiones y apasionada adoración por Warhol. Le pregunta si le gustan Greta Garbo y Montgomery Clift —¿sabía ya Rheem que eran iconos gais?—, y le hace la sugerencia, un poco loca, de que ruede una película protagonizada por Garbo y los Beatles: «Ella sería la joven reina del mar y ellos estarían todo el día desovando y desovando». ¿Cómo podía Warhol resistirse a un ímpetu tan inocente? No pudo. Al cabo de pocas semanas, Rheem estaba en Nueva York y no mucho más tarde se mudó a su casa.

En el par de meses que estuvo viviendo con Warhol, parece que Rheem intimó bastante con su madre, al menos a juzgar por la forma de bromear entre ellos que nuestro artista captó en la película. Julia Warhola llama a Richard por los diminutivos rusinos Richko y Richichko, y ambos mantienen una conversación en código sobre comprar bebida. Malanga dice que Rheem no pasaba mucho por la Factory durante su relación con Warhol, pero sí estuvo por allí lo suficiente para aparecer en nueve películas más largas, en una de las cuales, *The Andy Warhol Story*, interpreta, en realidad, el papel de Malanga. Nuestro artista también filmó a su joven amante en cuatro pruebas de pantalla, en una de ellas con una camiseta de rayas marineras que muy bien podría ser una de las de Warhol.

Por lo visto, la relación fue menos problemática y tensa que otras que tuvo el artista. Tal vez eso mismo hizo que llegara a un final estúpido y repentino. Un día, durante las navidades de 1966, Warhol y Malanga caminaban hacia la casa de Lexington, y vieron a Rheem con otro muchacho de la Factory. No eran amantes, pero los celos de nuestro artista decidieron que sí lo eran. «Andy ordenó cambiar las cerraduras al día siguiente», contaba Malanga cincuenta años después, aunque en su diario de la época escribe que Rheem «al final ha dejado a Andy».

Independientemente de quién dejara a quién, Rheem escribió cartas amistosas a Warhol y a su madre durante el resto de la década. No sabemos si este respondió.

Con una modelo, en la época en la que la Factory empezó a llenarse de gente.

30
1966

LA REPETICIÓN COMO HERRAMIENTA ARTÍSTICA | UN RETRATO DE HOLLY SOLOMON | LAS *VACAS* Y LAS *NUBES* CRUZAN EL PAÍS | RETROSPECTIVA EN BOSTON | LA VELVET DE GIRA | EL PERFUME YOU'RE IN | *JANE HEIR*, UNA PELÍCULA FALLIDA | EL NACIMIENTO DE *THE CHELSEA GIRLS*

«El éxito de Warhol depende de su fracaso, de ser un espejo magníficamente agrietado, con toda la plata descascarillada».

La repetición había desempeñado siempre un papel crucial en la obra de Warhol, pero en 1966 comenzó a dominarla entera.

En la trastienda de la galería Castelli, setenta y tres cabezas de vaca idénticas llenaban cada centímetro de las paredes. En la sala principal había docenas de *Nubes de plata*, y un suministro inacabable en la recámara listas para ser hinchadas. Cuando la Velvet debutó en la Cinematheque, dieron catorce conciertos de rock en una sola semana, todos con los mismos bailarines, proyecciones y canciones. Cuando la joven aspirante a actriz Holly Solomon le encargó su retrato, Warhol serigrafió la misma fotografía ocho veces, con la esperanza de encontrar varios compradores. (El marido de Solomon, un millonario del sector de los productos capilares, decidió llevárselos todos). Aquel retrato era, en sí mismo, casi una repetición del proyecto que había hecho para Ethel Scull tres años antes, pero esta vez el tema y las variaciones quedaban reducidos a un tema sin variaciones. Había otra diferencia notable con su predecesor: la nueva serie costaba seis mil dólares, unas ocho veces más que el retrato anterior. (Aun así, a los Solomon les costó solo la mitad de los doce mil dólares que les había pedido Richard Avedon por hacer el retrato, la vieja némesis de Warhol y la primera opción como retratista del matrimonio).

Ya en 1963, algunos de los artistas de vanguardia más radicales habían dicho que el arte más importante de su época tenía que ver con el «trabajo sin sentido»: «Trasladar bloques de madera de una caja a otra y volver a ponerlos en la caja original». En la repetición obsesiva que empezó a dar forma a muchos aspectos de su vida y de su carrera se ve claramente que Warhol concordaba con aquella declaración.

Hasta la repetición se repetía. Las piezas de las *Nubes* y las *Vacas*

empezaron a viajar inmediatamente, dejándose ver en exposiciones que contaban con la bendición de Castelli en Los Ángeles, Cincinnati, Hamburgo y Colonia. Si casi todas las exposiciones anteriores de Warhol —las *Latas de sopa*, las *Marilyns*, los *Elvises*, las *Cajas de Brillo* y las *Muertes y desastres*— habían sido instalaciones únicas, las nuevas muestras casi podían pedirse por correo directamente a la Factory. Incluso la revolucionaria exposición que hizo en el ICA de Filadelfia se repitió, en un formato por fuerza menos innovador, en el ICA de Boston, aunque también fue ampliada y actualizada con las *Nubes de plata* y los retratos de Solomon. (Aparte, las piezas, cuyo valor había aumentado, estaban más protegidas: las *Cajas de Brillo* se encontraban en un estante alto, donde nadie podía tocarlas, tal como Warhol empezó a solicitar expresamente).

En la preinauguración, nuestro artista apareció de nuevo a darse un baño de masas, esta vez vestido con una camisa de esmoquin sucia, chaqueta de cuero y gafas espejadas. Aunque en la inauguración volvió a batirse el récord de asistentes, la de Boston resultó menos bulliciosa que la de Filadelfia, como si algo del efecto novedoso se hubiera desvanecido. La exposición recibió la misma disparidad de elogios dudosos y críticas sinceras —«Es incuestionable que el trabajo de Warhol, por sí solo, no tiene futuro»—, pero lo que obtuvo, sobre todo, es la misma vastísima cobertura: solo el *Boston Globe* publicó tres artículos, que trataban tanto sobre el artista como sobre su obra. Igual que en la ocasión anterior.

Las exposiciones de Warhol en Los Ángeles, Cincinnati y Boston coincidieron con fechas de conciertos de Exploding Plastic Inevitable, aunque no está claro si era la música la que se aprovechaba del arte o al revés. La Velvet —y los «factorines» que la acompañaban (¿o acaso era la Velvet quien acompañaba a los factorines?)— tocó en casi una docena de ciudades distintas por todo el continente solo en 1966, de San Francisco a Cabo Cod, desde Hamilton, en Ontario, hasta Wheeling, en Virginia Occidental, y tenían también planes de llevar la gira por Europa (lo que no llegó a hacerse). Pero aparte de las variaciones de tiempo y lugar, la historia básica era siempre la misma: la banda y los artistas que la acompañan se ponen en camino, corren aventuras, los vapulean, a veces reciben elogios y vuelven a casa. Como acto estético, cada bolo de Exploding Plastic Inevitable se parecía tanto al siguiente como dos cuadros de *Sopa Campbell's*, cuyas repeticiones originales Warhol había repetido de nuevo, igual que hizo con los cuadros de la *Silla eléctrica*.

O tal vez los espectáculos de Exploding Plastic Inevitable se parecían más a los cuadros de las *Flores*, cuya similitud esencial apenas dejaba ver la variación de color.

En uno de esos conciertos, que tuvo lugar en Los Ángeles en mayo,

Warhol se permitió una clásica interpretación del rubio tonto que hace declaraciones en la alfombra roja: «Me encanta Los Ángeles. Me encanta Hollywood. Son preciosos. Todo el mundo es de plástico, pero a mí me encanta el plástico. Yo quiero ser de plástico». Los periodistas locales le devolvieron su amor dándole una cobertura enorme. No dudaron en calificarlo de «mitad estafador, mitad profeta» y de persona con «el mayor postureo que existe». Quizá Warhol quiso hacerse pasar por un simpático artista estafador para contrarrestar la oscuridad muy poco hollywoodiense del espectáculo escénico que promocionaba. «La gente de la Costa Oeste odiaba a la Velvet Underground —recordaba Mary Woronov, que bailaba con ellos en el concierto—. Pensaban que éramos raros, inquietantes, oscuros y malignos. Había una dicotomía enorme: ellos tomaban LSD y buscaban la iluminación; nosotros tomábamos anfetaminas». La Velvet iba vestida de negro, contaba Woronov, mientras que Los Ángeles estaba inundada de colores hippies. Parece que Malanga encontró un atuendo intermedio: en escena vestía pantalones de cuero negro y una especie de camisa con mangas abullonadas, como de pirata, con un patrón psicodélico.

El concierto tuvo lugar en un club nocturno llamado The Trip, cuyo colorido cartel para anunciar Exploding Plastic Inevitable estaba articulado en torno a Warhol y al alegre pop art; reproducía una colorida explosión de Lichtenstein. Pero después de pasar una velada con el grupo, uno de los críticos del periódico alternativo de la ciudad comentó «el intento de Warhol de violar toda la salud mental que pueda haber acumulado en mi vida» y habló de «un intenso baño de nihilismo». Fue una de las reseñas más amables. La primera noche fue muy buena, estuvo llena de famosos (a los que reunió Dennis Hopper), pero los siguientes días fueron testigo de cómo el público se iba desvaneciendo, hasta que un enfrentamiento entre los mafiosos dueños del club obligó a cerrar. (A la banda se le hizo creer que la policía lo había cerrado porque el baile de Malanga con el látigo resultaba pornográfico). Las reglas sindicales obligaban a Warhol y sus amigos a esperar a que se cumplieran las dos semanas de su contrato antes de cobrar, y decidieron hacerlo pasando el rato junto a la piscina, vacía, del lugar medio decrépito y en falso estilo medieval que alquilaron para dejarse caer, llamado el Castillo. «Recuerdo una tarde allí sentada, mano a mano con Andy comiendo helado de vainilla; nos terminamos cada uno un litro de helado. Lo recuerdo como un rato realmente agradable», dijo Woronov. Nico pasaba los días cuidando a unos conejitos que había en el jardín, y Sterling Morrison contaba que él se dedicaba a gastarse el dinero que había ganado en los conciertos del Dom, que les habían pagado con bolsas de papel llenas de efectivo.

En junio tenían que dar un concierto en Chicago, pero Nico estaba

en Ibiza con su hijo, Reed en el hospital con hepatitis y Warhol atrapado en la Factory, trabajando en su última película, *The Chelsea Girls*. (Envió a Brigid Berlin a que lo sustituyera en las entrevistas). Pero aún en ese estado, con la banda tan disminuida y actuando en un sofocante club situado en una calle de desafortunado nombre, Sedgwick Street, Exploding Plastic Inevitable tuvo una recepción excepcionalmente entusiasta, y el bolo se prorrogó una semana más. *Variety* elogió «la desconcertante psicosis» del programa y la música «interesantísima» de la banda. (Aunque el *Chicago Daily News* dijo: «Esperemos que acaben con ello antes de que se propague»). Adolescentes de las más remotas zonas de Chicago fueron a ver a la banda todas las noches, agitando obedientes en el aire las tiras de papel de plata que se les entregaban en la puerta.

Pero, fuera del club, la situación era distinta. Malanga se metió en problemas por llevar un traje de baño ridículamente escaso en una playa del lago Míchigan. John Cale recibió un puñetazo «solo por tener el pelo largo —decía Moe Tucker—. La gente estaba super fuera de onda».

En el transcurso del año, el grupo pareció deleitarse en esos clichés de banda de rock de carretera.

En Provincetown, los artistas arrojaron heces por la ventana de su habitación y uno de ellos robó un cuadro del museo de la ciudad, solo para ver si lo conseguía. Durante uno de los conciertos, uno de los bailarines fue esposado a un poste de azotes, lo que provocó que se llamara a la policía municipal, no por miedo a la integridad del artista, sino porque las correas y los látigos que usaron se los habían robado a un vendedor de artículos de cuero del lugar. «Los metieron en un tren y los sacaron de Provincetown»: así recuerda un warholiano aquel concierto.

El equipo cayó también en las típicas rivalidades intestinas que son un clásico de los viajes por carretera, como queda claro en una carta de reclamaciones que Malanga dirigió a Warhol, aunque esta solo existió en el diario del poeta:

> Querido Andy:
>
> Parece que siempre te escribo cartas para explicarme, para contarte mis sentimientos, y eso me disgusta, porque a ti te resulta muy fácil no decir nada, a veces, cuando sabes que no deberías decir lo que estás pensando o eso se explica sin palabras ni percepciones.
>
> Mi sensación es que el espectáculo de Provincetown tuvo un comienzo difícil pero muy bueno, hasta que fuiste tan amable de permitir que Susan y todos los demás, que no estaban directamente relacionados con el espectáculo, se subieran con Mary y conmigo al escenario […]. En el espectáculo, yo no represento a una gogó, sino un *happening* interpretativo-visual. Esto me los estás quitando poco a poco, al permitir que elementos externos interfieran con mis rutinas de baile […]. En más de una ocasión me ha pasado que no encuentro mi linterna y de pronto

me doy cuenta de que Roger está bailando con ella por ahí al fondo […].
Sinceramente,

GERARD

De cara al público, Warhol se presentaba como el paradigma de chico malo y raro, y tenía una banda estridente para demostrarlo, pero en realidad le tocaba comportarse cada vez más como el propietario de una naciente pequeña empresa que necesita atención constante para que ni su producción ni sus ingresos caigan. Uno de los deberes centrales de Joey Freeman era asegurarse de que Warhol llegara a la Factory antes de que acabara la jornada laboral, dado lo tarde que se acostaba debido a su vida nocturna: una noche, Malanga llamó a su casa a las dos de la mañana y le sorprendió encontrar al artista en casa tan «temprano». Freeman, que era aún un adolescente, tomaba el metro hasta la casa de Lexington cuando acababa sus clases de la mañana, en Brooklyn, y se quedaba por allí hasta que Warhol estuviera listo para coger su taxi diario hacia la calle Cuarenta y siete. Una vez llegaba, en torno a la una o las dos de la tarde, el artista entraba en modo adicto al trabajo. Supervisaba cualquiera que fuera el «producto» en el que la Factory estuviera metida ese día, ya fueran transcripciones de sus cintas de audio, o ampliaciones del plátano de vinilo que aparecía en la portada del disco de la Velvet Underground —que se hicieron para una exposición de arte erótico—, o *Nubes de plata* más grandes o —eso solía ocurrir por las noches— el rodaje de su última película.

«No diría que era divertido —contaba Mary Woronov—. Es decir, lo que hacíamos la mayor parte del tiempo era esperar, lo que fuera. Ya sabes, en plan: "¿Oye, vamos a este sitio?", "No lo sé", "¿Vamos allí?", "Bueno, ¿Warhol dónde va?", "Bueno, no lo sé"… Es decir, nadie se estaba divirtiendo realmente, era muy tedioso». En el estudio de nuestro artista, explicaba Woronov, la ética «campesina» de trabajo con la que este se educó en Pittsburgh anulaba cualquier sentido lúdico neoyorquino: «Este hombre no entendía la idea de diversión. Solo trabajó y trabajó duro».

Lou Reed contaba que Warhol era exigente en igual medida con cualquiera que estuviera en su órbita. «Me decía: "¿Cuántas canciones has escrito hoy?, "¿Cuántas canciones?". Y yo: "Cinco". Y él: "¿Cinco? Pero ¿qué te pasa? ¿Qué te pasa? ¿Cómo eres tan vago? No va a pasar nada si eres tan vago" […]. Todos los días, implacable, la misma pregunta». Con su minuciosa atención puesta en la producción, podría decirse que el propio Warhol había adoptado finalmente el modelo de fabricación que su arte llevaba vendiéndole al público durante media década. Los productos empezaban a salir en cadena, por lo que la innovación podía esperar. En una clásica paradoja warholiana, eso

podría incluso considerarse como uno de los movimientos más innovadores de su obra.

Parece que en 1966 Warhol cayó en la cuenta de algo que los artistas modernos nunca llegaron a admitir, aunque venía sucediendo desde los inicios de este arte: la experimentación de las vanguardias del siglo XX se situaba muy cerca del desarrollo avanzado de productos del nuevo capitalismo de consumo. Ambos dependían de la capacidad de inventar constantemente una nueva gama de productos atractivos con la esperanza de que uno de alguno triunfara; también dependían ambos de la capacidad de ingeniar sistemas de producción de dichos bienes que aseguraran el margen de beneficio suficiente para mantener la fábrica —o la Factory— en funcionamiento. Si Warhol coqueteó con la apariencia de ser un vendido es porque sabía que el tema principal de su obra tenía que ver con esa categoría. Su formación en el Tech había difuminado ya la línea entre promover el arte y promover la industria, y él estaba creando obras que retrataban, precisamente, esta difusa línea. Con ellas demostraba el paralelismo fundamental e inevitable entre lo que Warhol y sus colegas y predecesores hacían en el mundo del arte y el modo en que sus mecenas —por ejemplo, un moderno magnate de los productos capilares o de los artículos de iluminación— manejaban sus negocios. La búsqueda de beneficios era el motor que impulsaba la innovación, tanto en el arte como en las empresas, por mucho que la mayoría de los artistas lo nieguen. La principal diferencia entre ambos ámbitos de trabajo es que los magnates ganan la cantidad de dinero que los coloca en el papel de benefactores, lo que dejaba a Warhol y sus colegas siempre en el papel de suplicantes. Nuestro artista jamás pudo escapar de ese tipo de relación, ni siquiera cuando su obra llegó a sus máximos precios de venta.

En resumen, sus creaciones podían hacer brillantes y sutiles declaraciones sobre la medida en que la sociedad depende de vender y venderse, pero no pudo llegar nunca a venderse tanto como el champú Prell, que contenía una perla en su interior. Tampoco está nada claro que ese fuera en realidad el objetivo de Warhol.

Si nuestro artista hubiera tenido de verdad en mente ganar dinero como promotor de grupos de rock, el camino acertado habría sido hacerlo con una banda como los Monkees. En términos de rentabilidad de la inversión, la desafiante Velvet Underground sería, en el mejor de los casos, un líder en pérdidas que sirviera para vender la personalidad moderna de Warhol, lo que, a su vez, ayudaba a vender sus cuadros. Aun después de que la banda llevara un año entero de giras y publicidad, dieron un concierto en una importante escuela de arte que solo logró colgar el cartel de completo en dos de las cuatro sesiones, lo que proporcionó unos miserables ingresos de dos mil

seiscientos dólares, que hubo que repartir entre Warhol, todos los artistas y el personal del espectáculo. En un viaje a San Francisco, concedió una serie de entrevistas que le hubieran dado la oportunidad perfecta de hacer promoción de un concierto que daba la Velvet en la ciudad, pero el temperamental artista se olvidó, por alguna razón, de mencionarlo; el dueño del club se puso como una furia. Más tarde, Warhol admitió que había tirado los pasquines de publicidad gratuita: «Simplemente, no me iba a poner a hacer negocios». Prefirió usarlo como material artístico.

En mayo de 1967, un comisario artístico de Filadelfia le ofreció la oportunidad de crear un producto pop genuino destinado a la venta masiva. Tomó la astuta decisión de producir un perfume; al nombrarlo You're In,[13] garantizó que se hundiría, excepto como obra de arte rebelde. El desarrollo del producto tuvo otros defectos importantes. El perfume se vendía en botellas de Coca-Cola rociadas con pintura plateada, que se disolvía en contacto con el líquido del interior. (Las botellas la había pintado Billy Name varios años antes como regalo para Warhol, y no estaban pensadas para contener perfume). Además, no había pedido permiso a Coca-Cola para usar su botella, y la marca puso problemas tan pronto como se enteró de su existencia: «Su uso como recipiente de colonia constituye una infracción flagrante y es competencia desleal —escribió la empresa, en la más dura de sus notas—. Además, la impresión de "You're In" en la chapa o corona de nuestra conocida botella constituye una infracción de la Sección 43A de la Ley Lanham sobre marcas comerciales». (Al menos Warhol se avino a no llamar a la colonia Agua del Váter, como pensó inicialmente). Al artista tan solo pudo complacerle el hecho de que Andy Warhol Enterprises, Inc., fuera considerada «competencia» por la poderosa empresa Coca-Cola —deliciosa fusión del pop art y la vida—, pero sabía que era mejor no pelear aquello. Retiró el producto original y vendió el perfume en un envase sencillo junto al que regalaba una botella de Coca-Cola «gratis».

Si había un producto que la Factory había llegado a perfeccionar de verdad hacia finales de 1966, este era su imagen extremista. La aparición pública de Warhol vestido de cuero, el otoño anterior, ya había orientado al estudio en esa dirección, y aunque también se habían producido indicios de ello antes, 1966 fue el año de florecimiento del extremismo. Ya en enero, un periodista descubrió a Warhol haciéndose el interesante y negando tanto haber ido a una escuela de arte como que su madre viviera siquiera cerca de él. Él, igual que muchos otros, detectó que la atmósfera plateada de la Factory estaba empezando a decaer: el papel de aluminio se

desprendía de las paredes y el teléfono estaba arrancado de su anclaje, tornillos y todo, y yacía tirado boca abajo en una mesa. El receptor estaba envuelto en una venda. «Es solo parte del estilo», le explicó un adolescente de por allí. La música de The Kinks y las Supremes había sido reemplazada por Tijuana Brass a todo trapo. ¿Qué mayor signo de decadencia puede haber?

Por primera vez, tenía sentido que un crítico importante, que escribía para la revista más venerable del mundo del arte, hablara de la «sordidez» de la Factory como una de sus características y virtudes principales. «Tras una exposición prolongada al trabajo de Warhol, la sordidez adquiere casi categoría espiritual […]. Todo lo que toca el artista adquiere una sordidez intrincada, quizá hasta fracasado (aunque bellamente) —escribió—. El éxito de Warhol depende de su fracaso, de ser un espejo magníficamente agrietado, con toda la plata descascarillada». Ese espejo (o «mirruh», tal como lo escribió) es una referencia a la pronunciación de Nico en la canción «I'll Be Your Mirror», una de las que Lou Reed había escrito en especial para ella y, en términos generales, tanto la Velvet como su espectáculo escénico fueron el indicador más obvio del giro de la Factory hacia lo marginal. «No va a reemplazar ninguna cosa, salvo quizá el suicidio», dijo Cher al irse en medio del concierto la noche que la banda debutó en Los Ángeles. («Es simplemente horrible», fue la inusual reacción conmovida de Warhol a su partida). Una joven católica que había ido a ver a la banda declaró que esta había hecho que sintiera de tal modo «el peso de sus pecados» que tuvo que ir corriendo a la iglesia a confesarse.

En una entrevista a Lou Reed se muestra emocionado ante las increíbles posibilidades que, según dice, se abrieron una vez que la Velvet entró en el mundo de Warhol. Hablaba de añadir gaitas a la banda, o «miles de guitarras», o «un ojo eléctrico que pudiera cambiar de tonalidad y se alimentase de energía solar», y también de que Moe Tucker tocara un solo de batería con treinta metrónomos amplificados o de llevar los ojos vendados y tapones para los oídos, «porque [así] no puedes perder el ritmo». Warhol, dijo, «es muy hermoso, porque permite que suceda todo […]. Cualquiera que hiciera el amor con nuestra música no necesitaría compañero».

Incluso el puritano de Paul Morrissey empezó a adoptar la imagen radical de la Factory. A un columnista le dio unas pinceladas sobre su estilo de vida tan escandaloso: «A menudo comemos en las fiestas […]. Viajamos en un Chevrolet, cuatro delante, seis atrás. Pero últimamente no nos están ofreciendo ir a tantas fiestas. El otro día lady Sarah Churchill nos invitó a una galería de arte. Jayne Mansfield estaba allí, llevaba un vestido azul hortera que brillaba en la oscuridad. Pero a nosotros no nos dejaron entrar. Nos han echado de

muchas fiestas». Se dice que el propio Warhol colocó una vez una pancarta de broma en el Dom anunciando «Jasper Johns, hoy en vivo», con lo que dejaba claro que hasta sus vacas más sagradas se habían convertido en objetivos legítimos de los ataques de la Factory a los estamentos de la cultura. Aunque la anécdota es, muy probablemente, apócrifa, el hecho de que estuviera en circulación ya muestra la imagen rebelde que nuestro artista estaba cultivando.

Esta es la imagen que dominó, casi por completo, la obra artística de Warhol aquel año. Quizá fuera solo porque, en ese momento, no creaba nada más que películas, y sus películas eran más manifiestamente radicales que sus pinturas y esculturas. Con toda la potencia innovadora que encerraban, sus objetos artísticos habían tenido siempre una sencillez directa y peculiar: ni una lata de sopa ni el cartón de supermercado, quizá ni siquiera una almohada inflable ni un rollo de papel de pared, tenían nada que resultara inmediata e inevitablemente extraño. De hecho, igual que ocurría con el urinario de Duchamp, lo que resultaba más extraño todavía en estas obras emergía del sólido vínculo que mantienen con otros objetos que nos rodean y que son del todo normales. Eso supone un fuerte contraste con las películas de Warhol, que eran diferentes de casi cualquier largometraje que un espectador pudiera haber visto en un cine, tanto por lo que mostraban como por lo que no mostraban. Igual que nuestro artista mismo y que todos sus acólitos, una película de la Factory de 1966 hacía gala de su extrañeza sin tapujos.

Por un tiempo, durante el otoño de 1965, tal vez pareciera que Warhol, el cineasta, iba a orientarse de verdad en una dirección más convencional. Estuvo trabajando en una especie de *remake* de un éxito británico del momento llamado *El Rolls Royce amarillo* —su mecenas había llegado tan lejos como para comprar un viejo Ferrari y pintarlo de amarillo—, pero, por algún motivo, el plan acabó sustituido por el de rodar un largometraje en treinta y cinco milímetros con una improvisación sobre la *Jane Eyre* de Charlotte Brontë, actualizada con el título de *Jane Heir*. (Ya no se parece tanto a producción para MGM). En teoría, la película iba a ser totalmente de época e incluiría escenas rodadas en las propiedades que tenía en la bahameña Paradise Island Huntington Hartford II, el heredero del gigante de los supermercados y propietario de un museo. El vestuario de lujo iba a reciclarse de una anterior versión escénica de la novela de Brontë que Hartford había llevado a Broadway por seiscientos mil dólares. «Nuestra idea es ganar dinero con esto. No solo el dinero suficiente para cubrir el alquiler en la Factory y el coste de procesar la película, sino una buena cantidad de dinero», dijo Warhol, según lo cita un periodista.

El giro radical de nuestro artista hacia el cine convencional fue anunciado a la prensa —«Actuarán Edie y un reparto nativo», escribió un columnista—, y Warhol organizó incluso una especie de rodaje de ensayo en un club de baile de Filadelfia. Uno de los inversores estuvo presente para explicar el proyecto: «*Jane Heir* no es una película *underground* —afirmó Phillip Fufu Van Scoy Smith, el aristocrático propietario del Ferrari amarillo, que no hacía mucho había pasado ante la Auricon de Warhol—. Es un largometraje y tendrá una trama».

Pero Smith había hablado demasiado pronto. Cuando Chuck Wein le mostró a una directora de reparto un interminable primer guion, esta le dijo: «Pero ¿estás loco? Esto no es un guion. Aquí no hay diálogo». Warhol encargó a Ronald Tavel que hiciera una reescritura, lo que arroja aún más dudas sobre que fuera a existir cualquier noción de trama y sobre la posibilidad de que la película fuera a salir de lo *underground*: el título preferido de Tavel era *Jane Eyre Bare* y quería que al señor Rochester lo interpretara un actor negro. Y, después, el propio Warhol se asustó y abandonó el proyecto, cuando, según Tavel, una mañana apareció un Huntington Hartford borracho armado con una pistola y empezó a disparar contra el techo de la Factory. (Antes, nuestro artista lo había llamado «el hombre más fantástico del mundo»). Tavel contaba que fue una «batalla irresoluble por los derechos» la que asestó el golpe mortal a la película.

Quizá como reacción a este fallido intento de hacer cine convencional, en los primeros meses de 1966, la producción cinematográfica de Warhol se zambulló en el *underground* más aún que antes.

Veamos, por ejemplo, *The Closet*, rodada a principios de año. Empieza únicamente con la filmación estática de la puerta de un armario cerrado, detrás de la cual se oyen dos voces que debaten si deberían quedarse dentro. Tras casi diez minutos, se abre la puerta y vemos a Nico y a un joven de dulce rostro sentados en taburetes, rodeados de un montón de corbatas y vestidos colgando. Mientras la puerta de su refugio —o prisión— estaba cerrada, ambos hablaban de abrirla, pero al hacerlo quedan cegados por la luz que les entra. Es una obvia alegoría de la homosexualidad, que a mediados de la década de los sesenta aún habría parecido algo radical: en 1966, si estabas en el armario debías quedarte allí, sin quejarte, y negarte a reconocer que era ahí donde estabas. Por otro lado, la película es, fundamentalmente, al típico estilo de Warhol, la perspectiva de dos personas guapas y también bastante extrañas enfrascadas en conversaciones casi azarosas. Nuestro artista nunca sería tan torpe o tan poco sofisticado, tan predecible, como para insistir en una lectura alegórica pasada de moda.

Eso hace a *The Closet*, y a las otras películas de Warhol de esa

misma época, más difíciles de digerir incluso de lo que fueron *Sleep* o *Empire*. Con aquellos primeros experimentos, uno tenía al menos una idea de cuál era exactamente la premisa: sabías qué tenías delante mientras los veías. En la mayoría de las películas realizadas en 1966, parece como si tuvieran algún tipo de narración, historia o argumento, o incluso alegoría, que pudiera seguirse, pero después todos tus intentos de comprenderlas se ven frustrados. Quizá sea debido a que el cine de Warhol se fue acercando más a reflejar las confusiones y disyunciones reales de la vida y desdeñó el orden de la mayoría de las obras de arte.

Entre otras escenas de realismo desequilibrado de aquel verano están una sesión del bailarín Eric Emerson monologando durante una hora en un viaje de LSD, y otra de Malanga y Marie Menken, la cineasta que le presentó a Warhol, improvisando un drama desquiciado entre una madre y su hijo mientras la Velvet ponía la banda sonora en directo. Nuestro artista pensó también en hacer un nuevo rodaje de *Blow Job*, que se llamaría *Eating Too Fast*, pero el niñato más malcriado de la Factory arruinó el rodaje al hacerle una felación al protagonista en la escalera del estudio antes de que Warhol empezara a filmar.

Sin embargo, la película clave de 1966 se rodó a mediados de junio: Warhol apuntó con su Auricon a Ondine y consiguió que interpretara su personaje de Topo como autoridad papal de la escena de la Factory. Iluminado teatralmente en el estudio a oscuras, Ondine, drogadísimo de *speed*, se sienta en un sofá y empieza a tomar «confesión» a una serie de seguidores de Warhol. A Ingrid Superstar la interroga acerca de sus primeras experiencias sexuales (heterosexuales y lésbicas), pero también le pregunta por el motivo de su mal aliento. Ella, mientras, le responde con preguntas sobre el número de amantes (humanos y animales) que ha tenido ese papa y acerca de su olor corporal. Tras una hora entera de bobadas similares con varios actores, el papa Ondine aparece metiéndose *speed* antes de encargarse de su última pecadora, o víctima, una visitante de la Factory llamada Rona Page. Ella confiesa estar «algo enamorada» de Jesucristo, y el Papa responde: «Hazle una mamada. Es así de fácil. Cómesela a un icono». A partir de ese momento, la conversación no hace más que decaer y cada uno empieza a acusar al otro de ser un farsante, hasta que, en un punto de violencia verdaderamente aterradora y bastante real, Ondine abofetea a su sujeto, con fuerza, varias veces y, despotricando, se interna en las profundidades de la Factory. Casi podemos ver cómo a Warhol se le enciende la bombilla y se da cuenta de que sus nuevas películas deberían hacer por la vida de su estudio lo mismo que la Velvet por su sonido: volumen a tope, hasta que esté a punto de estallar.

El artista se dio cuenta de que el primer «largometraje» de la Factory no debería tratar sobre una institutriz del siglo XIX y su byroniano jefe; lo que debería hacer es invitar al público a contemplar el mismo espectáculo de disfuncionalidad creativa y creatividad disfuncional que Warhol veía todos los días al llegar al trabajo. A finales de verano, después de grabar unas veinte cintas de media hora de metraje, decidió juntarlas todas, tan libremente como fuera posible, bajo un mismo título: *The Chelsea Girls*.

El título y la premisa provienen de lo que probablemente fueran las últimas cintas que había filmado, el 26 de agosto de 1966. En ellas, cuatro chicas (las habituales de la Factory, Susan Bottomly, Mary Woronov e Ingrid Superstar, más una mujer ajena al grupo conocida como Pepper Davis) pasan una hora metidas en la pequeña habitación que Bottomly ocupaba en el bohemio hotel Chelsea, tratándose con tanta malicia unas a otras como en cualquier grupito del instituto. Las cintas parten de un guion escrito por Ronald Tavel sobre la propagandística locutora de radio norvietnamita apodada Hanoi Hannah, que aquel verano estaba muy metida en la actualidad. («Empieza cada retransmisión con la misma declaración sexy: Saludos, sucios imperialistas», explicaba un artículo). Pero en manos de Warhol, se convirtió realmente en una película sobre lo que las mujeres Topo hacían durante el día; Woronov desempeñaba más o menos el papel de papisa Ondine, machacando a sus inferiores. En un momento, propina una bofetada casi tan buena como la de Ondine, y puede decirse que su intimidación es mejor. Hubo llantos y todo.

El hecho de que Warhol no interviniera como director «creaba un vacío que la gente se sentía impulsada a llenar con la mierda más inesperada y sorprendente», contaba Woronov.

> Cuando dirigía una película era una locura. No decía nada. Pero ese mismo vacío, no hacer nada y estar constantemente retirándose, hacía que todos lo siguieran. Hacía que personas que jamás habían actuado se pusieran a hacerlo, porque deseaban llegar hasta él, y de repente, sacaban su voz y, de repente, se ponían a hacer cosas. Y era porque él se quitaba de en medio. En vez de ladrar órdenes y decir a todo el mundo lo que tenía que hacer, se retiraba. No oías una sola palabra de su parte.

Cuando *The Chelsea Girls* se estrenó, en septiembre, Woronov y sus tres compañeras estaban, de hecho, entre las pocas «chicas» que aparecían en la película, y su parte es la única que se filmó en el hotel Chelsea, pero a Warhol le gustaba tanto que la convirtió en la idea rectora del proyecto. Hay un anuncio del estreno en el que se presentan los otros siete segmentos como si cada uno tuviera lugar en una habitación del hotel: el papa Ondine tomaba confesión en la 723, Malanga se pelea con su «madre» en la 422 y el viaje lisérgico de Eric Emerson tiene

lugar en la 416. Es fácil que los espectadores se den cuenta de que ninguna de esas escenas se rodó en el Chelsea, ni en ningún otro hotel, pero Warhol nunca se alejaba demasiado de lo incoherente y caprichoso; como vanguardista de pro, disfrutaba de ambos.

Con su capacidad sobrenatural de entender la cultura que lo rodeaba, Warhol fue consciente del reconocimiento instantáneo que aportaría el nombre del hotel Chelsea a una película pensada como la mayor salida del armario de los extremistas de la Factory. El día del estreno, Malanga hablaba del nuevo título como una «idea comercial» de Warhol.

«Todas las cosas y todas las personas relacionadas con el hotel Chelsea tienen un sello inconfundible de originalidad», había dicho *Esquire* en un importante artículo sobre el hotel que se publicó justo por la época en la que Warhol empezaba a reunir a su propio equipo de originales. El Chelsea había sido desde hacía mucho tiempo uno de los hitos culturales más notables de Nueva York; nuestro artista lo supo desde sus primeros meses en la ciudad: vivía a la vuelta de la esquina del edificio, en aquel loft que compartía con la terapeuta de baile y su pareja nudista. El estatus mítico del hotel se hizo oficial en junio de 1966, gracias a la decisión de darle una amplia publicidad y, con ello, la fama del Chelsea se extendió por todo el país solo seis meses antes de que Warhol estrenara su película. Fue gracias a un artículo servido por una agencia de noticias que se publicó hasta en los periódicos locales de los pueblos más pequeños, en todas partes. En él aparecía una lista de las personas destacadas del mundo de la cultura, pasadas y presentes, que habían vivido y trabajado en las habitaciones del Chelsea: Mark Twain, O. Henry, Thomas Wolfe, Dylan Thomas (que murió allí, por intoxicación etílica), William Burroughs y Arthur Miller (que se alojó allí tras divorciarse de Marilyn). Pero, según decía el artículo, «el hotel atrae principalmente a los artistas», y nombraba a los abstraccionistas Willem de Kooning y Kenneth Noland, pero también a Larry Rivers y Jim Dine, los amigos del mundillo pop de Warhol, aunque no hablaba de su héroe, Yves Klein, a quien nuestro artista se encontró una vez en las escaleras del hotel. El gran «Manifiesto del hotel Chelsea» de Klein bien podría haberse llamado el Evangelio según las Chelsea Girls: «En estos momentos estoy especialmente ilusionado con el “mal gusto” —escribió su autor—. Tengo la profunda convicción de que en la esencia misma del mal gusto existe un poder capaz de crear esas cosas que se sitúan muy lejos de lo que tradicionalmente se denomina la Obra de Arte. Deseo jugar con los sentimientos humanos, con su “morbidez”, de una forma fría y feroz».[14]

Cuando Warhol estrenó su película del hotel, mucha gente de la Factory ya vivía allí, entre ellos Brigid Berlin, Nico, Susan Bottomly y

Malanga; los dos últimos compartieron una habitación por un periodo breve y bastante conflictivamente, a pesar de que tenían las paredes cubiertas con fotos de la pareja. («Susan siempre deja su ropa tirada por el suelo, el fregadero siempre está sucio, la nevera lleva tres días vacía», se lamentaba Malanga en su diario; donde también menciona que el alquiler lo pagaba ella). La película de Warhol consolidó al Chelsea, al menos en la mente del público, como la residencia oficial de los trabajadores de la Factory. Cuando la película comenzó a atraer cierta atención, su director volvió de inmediato al hotel a filmar algunas escenas nuevas —Brigid Berlin vendiendo droga en su habitación; Nico en la cocina de su suite—, y las metió en la película, sustituyendo otras escenas originales que no eran del Chelsea. Hizo que el título de la película dejara casi de ser mentira.

En 1966, Warhol ya había decidido que su Factory debía plantear una alternativa drástica a la cultura dominante, y *The Chelsea Girls* representó a la perfección el estudio en su conjunto. La obra se anunciaba como una «película épica» de ocho horas, longitud de metraje que la vincula con la jornada laboral completa que (al menos según la cobertura que recibió) ocupan *Sleep* y *Empire*, los primeros ejercicios de Warhol en el arte de atormentar a la audiencia. Pero si aquellas obras ya habían llamado la atención por su tortuosa longitud, *The Chelsea Girls* era hasta tal punto dura que las hacía parecer un pase de matiné. Las cintas de la nueva película se proyectaban en dos pantallas, una junto a la otra (parece ser que eso fue idea de Billy Name), lo que reducía el tiempo de visualización a menos de cuatro horas, pero también la convertía en una experiencia terriblemente difícil. La atención del público se dividía por completo entre las dos pantallas, impidiendo la contemplación que fomentaban *Sleep* y *Empire*. *The Chelsea Girls* presagiaba el trastorno de déficit de atención que han traído los *smartphones* a nuestro tiempo en el siglo XXI, pero sin ofrecer los múltiples canales de información coherente que proporciona un teléfono. En los momentos de la película en los que se reproducía a la vez el sonido de ambos proyectores, todo lo que se obtenía era caos, pues ninguno de los diálogos resultaba descifrable. Y cuando se deja solo el sonido de un proyector, era muy posible que perteneciese a la escena que menos nos interesase: podemos ver al papa Ondine y a Ingrid enfrascados en una conversación profunda y, a todas luces, fascinante mientras escuchamos un diálogo completamente banal de Nico trasteando por la cocina. Eso si uno consigue distinguir algo de alguno de los diálogos, teniendo en cuenta que la película está filmada en su mayor parte con el habitual desprecio de Warhol por la competencia técnica.

Nuestro artista ni siquiera había tomado decisión alguna sobre qué fragmentos de metraje debían proyectarse junto a cuáles otros, o qué

debía sonar en cada momento dado. Es decir, no compuso las disyunciones de la película del modo en que se estructura el caos en una pintura cubista. Con *The Chelsea Girls*, las yuxtaposiciones debían suceder a capricho del proyeccionista de turno, quien decidía las cintas que debían pasarse en cada momento y los diálogos que mereciera la pena escuchar. «Cada programa se convertía en el desafío de ver qué nuevas combinaciones podían producirse —recordaba uno de los primeros proyeccionistas—. Cuando me motivaba, ponía un trozo de vidrio distorsionado o agitaba rápidamente trocitos de cartón frente al proyector». Otro proyeccionista contaba que, tras un día o dos de pases, se puso a leer a Herman Melville y ni siquiera miraba lo que había en la pantalla cuando se levantaba de vez en cuando, a placer, para juguetear con las imágenes o el sonido.

Al poco tiempo, para facilitar un poco la vida de todos —que tampoco es que fuera a hacerla fácil en absoluto—, la Factory comenzó a ofrecer a los cines una especie de pauta para proyectar la película. Pero incluso si hoy, cinco décadas después, se siguen esas instrucciones, es muy probable que los espectadores de *The Chelsea Girls* continúen teniendo la sensación de que este antiguo «clásico» ofrece desafíos extremos. La mayoría de las veces, cuando acaba la proyección, el cine está la mitad de lleno que al empezar la película, y eso que solo los culturetas más aplicados y con más aguante se animan a comprar entradas. Woronov, una de las estrellas más rutilantes de la película, ha explicado que los retos que esta plantea obligan a los espectadores a «que no se queden ahí sentados, como zombis, esperando que les llene la cabeza una basura corporativa […]. ¿Te aburres? Bueno, quizá el aburrimiento sea el principio de la imaginación».

En otoño de 1966, un público más numeroso tuvo cierta necesidad de contemplar las aberraciones de *The Chelsea Girls*, a medida que empezaba a hacerse cargo de «una época de cambios radicales en los valores y las actitudes fundamentales», según decía el catálogo de la exposición de Warhol en Boston, que se publicó justo cuando se estrenaba su primer largometraje. No hacía mucho, en lo que parece un raro momento de verdadera introspección crítica, al menos en público, nuestro artista había hablado de su interés en revivir el «imaginario social» de los pintores realistas de la Gran Depresión. *The Chelsea Girls* puede considerarse con bastante credibilidad como una actualización a los años sesenta de aquel momento anterior de la historia del arte. Para Jonas Mekas, «el terror y la dureza que vemos en *The Chelsea Girls* son los mismos que están quemando Vietnam; son la esencia y la sangre de nuestra cultura, de nuestro estilo de vida».

En una larga columna publicada en *Newsweek*, Jack Kroll, viejo amigo y seguidor de Warhol, dijo que la película era la *Ilíada* de una

nueva generación, una generación fracturada. Incluso su reseña era mitad elogio, mitad vituperio. El «mundo triste, malvado, enloquecido y alegre» de la contracultura de los sesenta era capturado con «macabra veracidad» en la película de Warhol, decía. «Es como si en los antros libertinos de la Roma de Calígula hubiera habido cámaras ocultas». Kroll se sentía tranquilo al hablar así a los lectores, más bien conservadores, de *Newsweek* porque había empezado el artículo asegurándoles que lo más seguro era que *The Chelsea Girls* no se viera jamás «fuera de las vacilantes y duras "cinematecas"». Cerraba el artículo diciendo que lo mejor era dejar aquella película para las escuelas de cine y los académicos. Solo había un problema: no era posible hablar de los antros libertinos de Calígula y esperar que el ciudadanito convencional no quisiera echarles un ojo.

La promoción inicial de la película anunciaba que se proyectaría durante una semana en un pequeño local artístico de mala muerte que dirigía Jonas Mekas, y ni siquiera así parecía probable que se llenara; y no lo hizo. Aunque el programa se extendió algunos días (a Mekas le encantaba la película), hubo noches en las que no aparecieron ni treinta personas. En el mejor día se vendieron las doscientas seis entradas, lo que generó unos ingresos totales de cuatrocientos doce dólares, de los que Warhol recibió menos de la mitad. A un periodista le dijo que aquello había hecho de *The Chelsea Girls* su mayor fuente de ingresos hasta la fecha. (Lo que, o bien muestra el ruinoso negocio que fueron sus otras películas, o bien su disposición a mentir). «Yo no deseo obtener la aceptación popular —había dicho Ondine no mucho antes—. Por ejemplo, nunca saldré en una película que no sea de Andy Warhol, y estas no gozan de la aceptación popular».

Pero pocas semanas después de que apareciera la crítica de Kroll —y alguna otra por el estilo, positivas o negativas, pero siempre lascivas —, Warhol y Mekas se arriesgaron a trasladar la película a un elegante cine de la calle Cincuenta y siete, «donde, irónicamente, se venían proyectando desde hacía muchos años estrenos o reposiciones de películas de cine familiar para los peques»; decidieron hacerlo como parte de una nueva e improbable empresa destinada a vender películas *underground* al público convencional. «Hay cincuenta millones de espectadores en Estados Unidos —había dicho Mekas al anunciar este plan—. Si llegamos al millón, podremos seguir haciendo películas». Durante las dos primeras semanas que se proyectó *The Chelsea Girls* en su nueva y elegante ubicación, los ingresos diarios podían alcanzar hasta dos mil quinientos dólares, y no bajaron nunca de ochocientos. La apuesta funcionó, tanto en términos económicos como de atención del público convencional, lo cual es más significativo, por desagradable que gran parte de este fuera.

La revista *Time* bramó: «Hay un sitio para este tipo de cosas y es,

definitivamente, lo *underground*. Bajo tierra. Por la alcantarilla». *The New York Times* se subió a un púlpito aún más alto y aseguró que, con el traslado de *The Chelsea Girls* a una sala de cine normal («con alfombras»), era hora de «trabar las ruedas del señor Warhol» y hacerle saber que había llegado demasiado lejos con su retrato «de los más despreciables camellos, lesbianas y homosexuales degenerados». Lo que nuestro artista estaba empezando a descubrir es que aquel era precisamente el tipo de gente que Estados Unidos deseaba ver en ese momento, y que podía promocionar su Factory como el lugar que demostraba hasta dónde podían llegar. «El cine debería representar las cosas tal como son, ¡y aquí están! —decía una entusiasta crítica de *The Chelsea Girls*—. Warhol ha dado con el terror, la frustración y la agonía de nuestro tiempo».

Y lo siguiente que descubrió es que puede que el dinero y la fama estuvieran ahí también.

Poco antes, Henry Geldzahler había opinado que Warhol tendría que seguir haciendo sus cuadros (que a él le gustaban) para financiar sus películas (que no le gustaban). También aseguró que, «Joe Levine», distribuidor de cintas como *Godzilla*, «no va a ofrecer sus cuatro mil salas de cine para las películas de Andy». Mal cálculo. *The Chelsea Girls* fue el primer filme *underground* que llegó a todos los cines de estreno, las noticias sobre Warhol y su Factory se extendieron de Atlanta a Chicago y Los Ángeles, de Berlín a Copenhague y París. De hecho, nuestro artista se estaba quedando sin cuadros que pudiera vender, o eso decía. Pero si, tal como contaban los periodistas, la película había recaudado un millón de dólares, lo de los cuadros ya no parecía tan importante, ni para su cartera ni para su reputación.

La red de distribución del cine, que se extendía miles de salas, hacía parecer ridícula la forma en la que circulaba el arte, entre un puñado de galerías y museos exclusivos. Eso significa que a medida que iba a travesando el país de sala en sala, *The Chelsea Girls* dio a la mayoría de los estadounidenses una primera oportunidad de contemplar la obra de Warhol. A menudo no les gustaba lo que veían. «¿Por qué voy a pagar un dólar y medio para que un tío raro me cuente lo aburrida y sucia que es la vida?», exclamó una chica que se marchó de la película a la mitad. (Había obtenido un descuento, porque las entradas solían costar tres dólares). Pero, independientemente de lo que pensaran los espectadores sobre el producto de nuestro artista, la imagen que sacaban de él era la del documentalista del libertinaje.

«La cámara de Warhol ha adquirido una sinceridad atrevida e impactante», escribió Parker Tyler, el pionero teórico del cine al que Warhol estuvo expuesto durante su juventud. Lo más impactante, decía, era «el nuevo tipo de violencia: la violencia de sádicos y masoquistas liberados en el ámbito del deseo por cortesía de

estimulantes como las anfetaminas o alucinógenos como el LSD».

La reputación de Warhol fue de mal en peor, y él se regocijaba en ello. Cuando se prohibió *The Chelsea Girls* en Boston, se lo tomó como una insignia al honor y un argumento de venta. Siguió eligiendo sus frases promocionales de entre las peores críticas que recibía el filme: «¡El diario de un viaje al infierno!» y «Sucia» servían perfectamente como texto publicitario, al menos para esta particular película y su peculiar creador. Por si acaso a alguien le parecía que el de los drogadictos gais violentos era un tema demasiado soso, ese mismo noviembre de 1966 Warhol anunció que su siguiente película sería sobre el asesinato de John F. Kennedy, un tema tan sagrado para la sociedad estadounidense que alguien como Warhol solo podría abordarlo como una provocación deliberada. Sin duda, esa fue precisamente la razón por la que hizo aquel anuncio. Aunque existe algo de metraje de una pantomima deformada del asesinato, era demasiado subversivo para que hubiera podido proyectarse, aun bajo la firma de un subversivo como Warhol.

Si el éxito de *The Chelsea Girls* enseñó a Warhol alguna lección, fue que su condición de inadaptado estaba, por fin, dando frutos. Así lo reflejó en su autorretrato más famoso, que empezó siendo un cartel plateado para su exposición de las *Nubes de plata* y que después reprodujo sin cesar y en todos los colores existentes, en una serie de lienzos que aparecieron en las paredes de su exposición de Boston. El retrato muestra a Warhol en lo que hoy consideramos su pose y personaje típicos, con una mirada a caballo entre el vacío y la sabiduría y dos dedos en los labios como un niño distraído y tímido de ocho años. Nuestro artista llevaba ya repitiendo este gesto en presencia de periodistas y críticos aproximadamente unos dieciocho meses, como si estuviera confirmando que a las palabras les resultaba difícil salir de su boca. Para febrero de 1966, una columna hablaba de su «gesto característico», ese que aleja a Warhol de la imagen de gente dura y rara que aparece en *The Chelsea Girls*. Le da un aspecto más parecido al de un observador inocente y perplejo del caos que ha provocado, como un niño que se sorprende al descubrir que por soltar a sus ratoncillos ha terminado comiéndoselos el gato de la familia.

Warhol empleó sus películas para desatar ante el público estadounidense lo peor del *underground*, pero, a pesar de que él era el habitante más famoso de la Factory, se cuidó mucho de mantenerse ausente casi por completo en las películas que documentaban su caos. Por el contrario, Warhol eligió manifestar con su propio personaje un tipo de rareza un poco menos amenazante. En agosto de 1966, participó voluntariamente en un artículo de *Esquire* titulado «Recuerde

los años sesenta», cuya intención era ridiculizar lo que gente como él había hecho durante la primera mitad de la década. El artículo ilustraba su burlona premisa mostrando una imagen de Warhol disfrazado de Robin, el más famoso acólito del mundo del cómic, posando junto a una Nico en el papel de Batman, más varonil, burlándose así de nuestro artista, el pop art y el furor que causaba el superhéroe, todo de un golpe. Es difícil imaginar a Roy Lichtenstein accediendo a posar de esa guisa, aunque Ondine tampoco lo habría hecho: en 1966, a Warhol le gustaba estar en una zona intermedia entre lo convencional y lo *underground*, incluso a riesgo de acabar siendo despreciado por ambos. Willard Maas, el viejo amigo poeta de Malanga y el más dedicado de los bohemios, se levantó en una de las primeras proyecciones de *The Chelsea Girls* para azuzar al público: «¿Por qué estáis viendo esta película? Ha salido en la revista *Time*. Solo le interesa el dinero».

Warhol empezó también a complementar su uniforme de pantalones vaqueros negros, chaqueta de cuero y botas desgastadas con un aspecto que tenía más que ver con las tendencias (hippies) del momento. En octubre, fue de compras a la tienda Leather Man, en el Greenwich Village, pero en vez de llevarse cualquiera de sus famosos artículos sadomasoquistas, se gastó ciento sesenta y cinco dólares en dos pares de pantalones de ante de cintura baja, en colores llamados azul klein y té helado, para combinarlos con los otros pares que ya tenía, en tono azul tejano y verde manzana. (Parece que estos pantalones aún se encuentran entre sus posesiones).

En un viaje a San Francisco usó los verdes, que eran casi fluorescentes, y los complementó con un pañuelo verde a juego que llevaba al cuello y le daba aire de francés hollywoodiense. Para finales de 1966, podía vérsele con el atuendo completo de Sergeant Pepper's, que compró medio año antes de que saliera el álbum de los Beatles, en las tiendas *vintage* de moda que empezaron a frecuentar su equipo y él.

La segunda semana de noviembre, Warhol llevó su nuevo y extraño estilo, ordinariamente a la moda, a unos grandes almacenes de Brooklyn que le pagaron quinientos dólares para que hiciera de sí mismo en la planta baja. Ante un grupo de unos ochenta compradores, Malanga y él serigrafiaron la palabra «frágil» sobre uno de los nuevos vestidos de papel de la época, con Nico aún dentro de él. El objetivo explícito del proyecto era salir en la prensa y lo consiguió de sobra. Hasta el sobrio *The New York Times* le dedicó un cuarto de página en el que entrevistaba a una fan «maternal» de Warhol que había asistido al lugar desde el Bronx, así como a varios escépticos que desdeñaban la idea de que la serigrafía pudiera contar como arte. «Si Reagan puede ganar, nosotros podemos hacer vestidos de papel», fue la

respuesta de nuestro artista. (Se refería a la reciente elección de Ronald Reagan como gobernador de California; la presidencia aún estaba lejos).

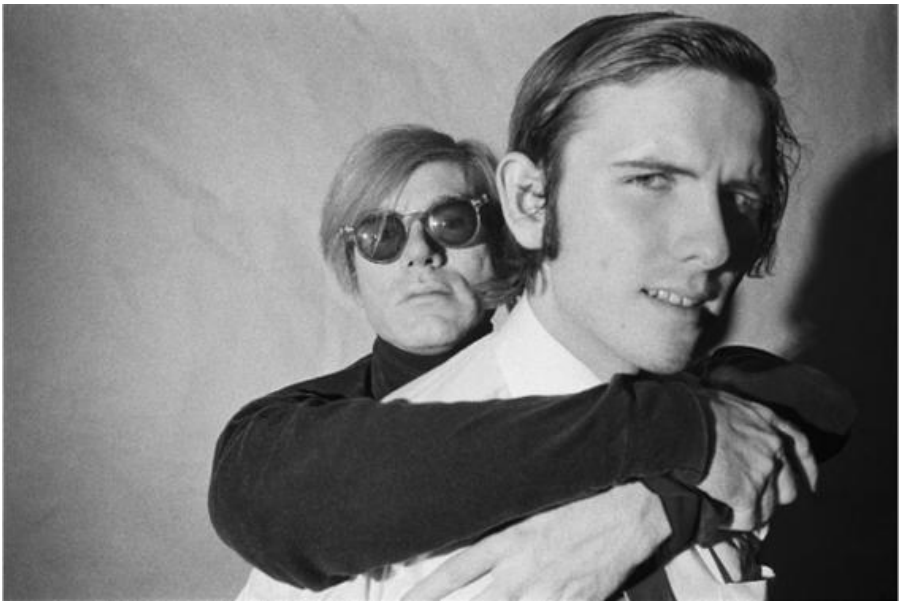
En apenas una semana, Warhol estaba llamando de nuevo la atención de la prensa, esta vez en Detroit, en el improbable recinto de la feria estatal de Míchigan. Dick Clark, célebre maestro de ceremonias, estaba allí para presentar el «Carnaby Street Fun Festival», un evento de cuatro días patrocinado por una cadena de supermercados de Detroit, y a uno de los publicistas de la Motown se le ocurrió articularlo en torno al concepto de una «boda mod» para que fuese irresistible para la prensa. (Y lo fue, para periodistas de todas partes). La afortunada pareja de novios, ella con minifalda y él con una enorme corbata floral, habían resultado elegidos por un concurso celebrado en la radio, y las actuaciones musicales del festival estuvieron a cargo de las estrellas de rock Gary Lewis y los Playboys, los Yardbirds, Sam the Sham y los Pharaohs y una banda mucho menos conocida, de nombre Velvet Underground. Su promotor, Andy Warhol, también tuvo allí mucha presencia y fue muy reconocido como organizador de la boda, papel que desempeñó por mil quinientos dólares.

Sentado sobre una caja de latas de sopa, nuestro artista hacía entrega de la novia mientras la Velvet tocaba y un «motociclista barbudo» destrozaba un coche a golpes con un mazo. (El «arte autodestructivo» fue uno de los movimientos más nuevos y notables de la vanguardia del momento; Al Hansen, amigo de Warhol y padre de Bibbe, la factorine adolescente, acababa de escribir su famoso simposio «La destrucción en el arte» en Londres, donde también había empuñado un mazo). Las nupcias organizadas por Warhol se encontraron con algunos inconvenientes: la primera pareja elegida se retiró declarando que aquel matrimonio era «comercial» y estaba «corrupto», y sus sustitutos llegaron en un Rolls-Royce cuyas puertas no podían abrirse. Pero a pesar de estas complicaciones, o tal vez debido a ellas, Warhol declaró que todo aquello era el último ejemplo de su Exploding Plastic Inevitable, con lo que expandía el alcance de su obra aún más. Los nuevos medios que empleaban estas obras, más diversos que nunca, estaban clarísimamente destinados a vender a Warhol a un público nuevo, cada vez más amplio y cada vez más joven. Semanas antes, había estado hablando de la posibilidad de llevar a la Velvet a un teatro de Nueva York con un aforo de tres mil butacas.

Por implicado que estuviera en la cultura alternativa de la Factory, Warhol seguía manteniendo la voluntad de dejarse ver coqueteando con lo convencional. Poco después de la boda en Míchigan, apareció como uno de los quinientos cincuenta miembros indispensables de la

alta sociedad que habían sido invitados al famoso baile En Blanco y Negro de Truman Capote, que se celebró en el hotel Plaza de Nueva York, el lugar preferido del escritor. Todos los invitados llevaban las máscaras más elaboradas y costosas, pero Warhol apareció vestido con una corbata negra estándar sin llevar siquiera sus habituales gafas de sol. (Salió de casa con una especie de cabeza de vaca electrificada, para hacer alusión al papel de pared de la Castelli, pero la abandonó casi de inmediato; nadie en el baile parece haberla visto).

«Somos los únicos don nadie aquí», se supone que le dijo Warhol a Henry Geldzahler, quien fue su cita aquella noche. No era falsa modestia. En la enorme cobertura mediática que tuvo el baile, nuestro artista recibió tan solo la más ocasional de las menciones. Ni siquiera mereció aparecer en un gran reportaje ilustrado de *Vogue*, aunque en él se mencionaban decenas de nombres y señalaba a otros amigos suyos como Cecil Beaton y George Plimpton. En 1966, el papel de artista famoso aún era nuevo, suficiente para que te invitaran a un baile, quizá, pero no para ser el centro de la fiesta. Aun así, Warhol había tenido solo un par de años para perfeccionar ese papel.



Con su novio, Rod La Rod.

31
1967

MAX'S KANSAS CITY | CARNE DE CINE: *BIKE BOY* Y *NUDE RESTAURANT* | LA FACTORY SE DESMORONA | ROD LA ROD | *THE ANDY WARHOL STORY* | RULETA RUSA DE SUPERESTRELLAS

«A veces, cuando pienso en Andy, creo que es como Satán. Tiene el mismo control sobre todos nosotros».

Nostalgia y entusiasmo de un escenógrafo:

> Es casi imposible rememorar lo estimulantes y pletóricos que eran los encuentros en la trastienda de Max's, bañada por el resplandor de luz roja que emanaba de la escultura fluorescente de Dan Flavin, el santuario privado en el que la tensión disminuía o crecía en función de la llegada o partida de Andy Warhol. Pero corriente eléctrica había siempre, baja o alta, y uno aprendía a soportar el clímax constante de tensión y, a veces, a disfrutarlo, porque ese era el precio de ser un espectador o de estar mezclado con este grupo concreto de bichos raros.

Max's era el restaurante Max's Kansas City, y ese recuerdo se escribió con la perspectiva que daban tres años, en 1971, cuando el lugar ya había dejado de estar de moda y Warhol se había ido a otra parte. Pero, por un momento, a finales de la década de 1960, Max's fue el local nocturno más excitante de Nueva York. Lo que es difícil saber es si nuestro artista acudía allí porque era excitante o si la excitación se debía a su presencia. En cualquier caso, hombre y atmósfera coincidieron allí la mayor parte de las noches de la semana durante varios años.

Un antiguo abogado y restaurador en serie llamado Mickey Ruskin abrió Max's a finales de 1965. A él no lo llamaban Max y tampoco tenía nada que ver con Kansas City. Era un «buen chico judío de Jersey City», como él mismo confesó, y al restaurante le puso el nombre un amigo suyo que era poeta, más o menos porque las palabras le sonaban bien. Ruskin llevaba tiempo moviéndose entre escritores y artistas, y abrió su último local para darles un lugar en el que reunirse.

El edificio que adquirió, tipo loft y bastante barato, era una estructura estrecha de principios de siglo, toscamente modernizada. Ruskin instaló en su fachada un enorme rótulo con las letras blancas

sobre vidrio negro para darle un aspecto entre de *diner* y *art déco*, aunque el hecho de que estuviera escrito sin mayúsculas señala cierta conexión con la vanguardia. Anunciaba «bistec, langosta y garbanzos», guardando el mismo equilibrio entre clásicos estadounidenses y lo que parecen los gustos urbanitas más novedosos. En realidad, los famosos garbanzos estaban secos y duros y, básicamente, incomibles; la mayoría de la gente los usaba como proyectiles. El mostrador de ensaladas y las alitas que se ofrecían gratis durante la *happy hour*, por otro lado, alimentaron a más de un artista hambriento.

En el interior, un amplio espacio amueblado con mesas cerradas hacía de bar y de comedor, detrás había un área más pequeña que estaba reservada para la gente vip y el diáfano segundo piso era «Siberia», donde se enviaba a cenar a los turistas y la «gente anónima, respetable, heterosexual». Una vez se marchaban, la planta de arriba se convertía en un antro de rock y discoteca hasta altas horas de la noche. «Recuerdo cuando podías desnudarte en el piso de arriba y nadie se enteraba —contaba Ultra Violet—. Una noche, estaba bailando y hacía tanto calor que me quité la chaqueta y después la blusa y, por supuesto, no llevaba sujetador. Pero no parecía que a nadie le importara».

La mezcla de clientes estaba garantizada por las seguratas de Ruskin, que tenían autoridad para decidir quién haría mayor aportación a la atmósfera o la caja. La más dura de ellas era la diminuta Dorothy Dean, una de las pocas afroamericanas que protagonizó algunas películas de Warhol. Con un ingenio cortante que avergonzaría a la otra Dorothy —Dorothy Parker—, se supone que Dean fue la primera persona que llamó «Drella» a nuestro artista. Apostada en la puerta de Max's, decidía caprichosamente quién entraba y quién no. «Dios no quiera que alguien vea en el bar a uno de esos señores con un trabajo de oficina, tres hijos y una hipoteca», decía una de sus compañeras seguratas.

Supuestamente, la ubicación en la que se encuentren determina el éxito o el fracaso de los negocios de hostelería, así que Max's debería haberse hundido: el restaurante estaba «en la plena desolación nocturna del sur de Park Avenue», un par de manzanas al norte del peligroso revoltijo de drogadictos que era Union Square. Estaba rodeado de empresas de seguros que bajaban la persiana a las seis en punto, pero, de hecho, artistas y cineastas varios habían empezado a hacerse con los lofts de los edificios cercanos: entre ellos estaban Jonas Mekas, por ejemplo, y el artista del láser Frosty Myers.

«La ubicación fue un alarde de genialidad», afirma un cliente habitual, quien señalaba que, bien por astucia, bien por suerte, Ruskin eligió un lugar que estaba a tiro de piedra de los bohemios tanto del East Village como del West Village, y también a un trayecto directo en

taxi o en metro desde la zona alta y el centro de la ciudad y, por tanto, desde la Factory de Warhol. En Max's Kansas City confluía lo más bajo del *underground* de Nueva York. El mismo cliente habitual antes citado decía que, a su parecer, en la década de los sesenta era menos importante el tiempo que el lugar: el Max's.

Aunque Ruskin aseguraba que el restaurante fue un éxito desde el principio, sus primeros clientes fueron un grupo de fotógrafos que trabajaban por allí cerca y algunos viejos pintores a los que ya conocía de los días en los que regentaba una cafetería en el Greenwich Village. Eran los «heterohólicos», como los denominaba una camarera: los expresionistas abstractos heterosexuales y alcohólicos. Pronto se les unieron, en la sala principal del restaurante, artistas malhablados de todos los estilos: desde destacados abstraccionistas, como Frank Stella y Donald Judd, hasta los artistas conceptuales más radicales, como Joseph Kosuth y Lawrence Weiner, que estaban deseando derrocarlos. Las discusiones eran constantes y las peleas, comunes. Las ventanas acababan rotas cada pocos meses.

El mánager, Danny Fields, haciendo memoria de la cantidad de peces gordos e iconos culturales que conoció en Max's, elaboró una larga lista en la que estaban algunos acólitos de Warhol: Taylor Mead, Brigid Berlin, Paul Morrissey, Gerard Malanga y Ultra Violet, además de Leonard Cohen, Janis Joplin, Jane y Peter Fonda, Jimi Hendrix, Mel Brooks y Robert Rauschenberg, a quienes una vez se vio haciendo un estriptis. «Te quedabas pensando: "Esto es Atenas, de verdad"», recordaba Fields.

La prosperidad fulgurante de Max's Kansas City dependió por completo del nuevo concepto de bohemia pública de los años sesenta: un grupo de artistas y creativos contraculturales pero con visible éxito. El auge del nuevo mercado del arte y el creciente interés de la prensa en el mundo cultural puso a aquellas figuras supuestamente marginales en el centro de la sociedad de la década. Así lo admitió Ruskin: la razón por la que en Max's había siempre cola para entrar es que, casi por primera y última vez, la gente convencional estaba deseando codearse con los tipos raros de la cultura más célebres o, al menos, vislumbrarlos desde una mesa en «Siberia» con buena vista. Fue casi inevitable que Warhol tuviera reservada una posición de prestigio, en calidad del más público de los bohemios públicos, casi el creador de aquella categoría, de hecho. Se convirtió en un «maxista» confirmado aproximadamente un año después de que el club abriera, justo cuando la escena que albergaba empezó a entrar en ebullición. Los dominios de nuestro artista eran la trastienda del club, que inició su andadura como un espacio descuidado que se ocupaba cuando el lugar estaba muy lleno y que a nadie más le gustaba, hasta que Warhol, en su típico amor por lo abyecto, lo adoptó como propio.

Como decía Fields, fue el artista quien «inventó» el espacio más famoso del Max's. No se refiere tanto a la pequeña habitación trasera en sí, con la muy poco warholiana decoración a base de muebles sencillos de hostelería, los típicos manteles rojos y paneles de madera. Aquello en lo que Warhol había sido pionero era más el espacio social.

Donald Lyons, miembro de la pandilla de Boston que había llegado a Nueva York junto con Edie Sedgwick, comentó que en Max's habitaba una multitud de inadaptados espectaculares y fanfarrones brillantes cuya «carrera» consistía «simplemente en crear una especie de representación teatral de sí mismos […]. Aquel era su deseo, lo que les realizaba»:

> Si querías conseguir un papel en alguna película de Andy Warhol, ibas a la trastienda y hacías saber que estabas disponible. Algunas personas se desnudaban y otras llevaban a sus hijos. La suma sacerdotisa de la trastienda era Andrea Feldman […]. Hacia las dos o las tres de la madrugada, Andrea, la estrella de la película *Trash*, de Warhol, se levantaba, gritaba: «¡¡Que empiece el espectáculo!!», se ponía a imitar a Barbra Streisand y se desnudaba.

«Espectáculo», para los homólogos masculinos de Feldman, podría significar subirse a una mesa y empezar a masturbarse. En aquel lugar se congregaba un grupito de esos chicos, a los que los camareros llamaban las «ninfas de la trastienda», para ver si conseguían enganchar a algún macho alfa. A su vez, Warhol intentaba enganchar, literalmente, a alguna de las ninfas, pues iba toqueteándolos a medida que se abría paso entre sus filas: «Le interesaba mi polla, igual que la de todos —recordaba Corey Tippin, haciéndose eco de las historias que contaban casi todos los jovencitos que encontraban sitio en la mesa de Warhol—. No me atraía sexualmente, pero sabías que, con él, tenías el poder del pene».

Taylor Mead tenía «su» sitio en la trastienda, una mesa de dos, bajo la escultura lumínica de Dan Flavin, donde se sentaba a observar y husmear, con la espalda pegada a la pared a causa de la paranoia que le había provocado el *speed*. «Una vez, una camarera me dijo que habían votado quién era el mejor cliente en Max's, y que gané yo». Otros personajes *underground* menos selectos iban y venían, ocupando sus puestos, como cortesanos, en torno a la gran mesa redonda en la que Warhol y sus principales vasallos se reunían a disfrutar de la comedia humana. (Como si fuera una de las más bribonas entre los caballeros del rey Arturo, la corpulenta Brigid Berlin se cargó la mesa redonda de lord Andy: una noche se tumbó sobre ella y nunca volvió a estar recta, como a Mickey Ruskin le gustaba señalar).

La gente de Warhol aplaudió a la artista Jo Baer cuando desfiló por el bar vestida con una piel de lobo de Alaska, pensada como una amenaza feminista a los hombres allí reunidos. Menos les gustó Ivy

Nicholson, la más excéntrica de las superestrellas de la Factory, una vez que empezó a tirar la comida; lo cual tampoco es que la hiciera destacar. Ondine lanzó por los aires los ingredientes de una ensalada y, una vez, un borracho vertió cerveza sobre la cabeza de Warhol. Cuando los camareros rompían alguna regla, Mickey Ruskin los castigaba asignándoles la trastienda. «¿Qué tiene de malo la trastienda? —preguntaba retóricamente una de ellas—: Gente desnudándose, gritando, dando alaridos, clientes con la mente en absoluto clara y las pupilas siempre dilatadas, y NADA DE PROPINAS». En cualquier otra zona de Max's la gente comía y estaba encantada de pagar por el privilegio, pero en la trastienda, el alimento principal era siempre una droga u otra.

Lo que hacía que aquella sala fuera un infierno para el personal era precisamente lo que la convertía en una atracción para cualquier habitante de la cultura convencional que quisiera observar a los especímenes más raros de la bohemia. Michael Caine solía ir a la trastienda en sus frecuentes visitas al Max's. A veces pasaban por allí también otros famosos, no siempre con buenos resultados. «Una vez llegó Warren Beatty. Se quedó allí sentado con las gafas de sol puestas, esperando a que se le acercaran, lo rodearan y adularan su condición de estrella. No lo hizo nadie. A la gente le impresionaban más los bichos raros que tanto les gustaban y que andaban por allí».

Aparte de que fomentaba un comportamiento social licencioso, el Max's ofrecía otro gran atractivo: a Mead y a las otras luminarias del bar se les permitía tener una cuenta, y los artistas podían pagar en piezas de arte. Fue así como la gran escultura de Flavin se convirtió en la fuente de iluminación de la trastienda. En el resto de espacios del local había piezas de metal espachurrado y nudos de espuma de John Chamberlain, una abstracción geométrica de Frank Stella e incluso una pieza inmaterial, hecha de láser, que se emitía desde un estudio al otro lado de la calle, rebotaba en un espejo situado cerca de la barra del bar y acababa convertido en un patrón rojo que danzaba en la pared del fondo. «Bajar por Park Avenue y después girar hacia Max's era como ir siguiendo una estrella», contaba uno de los clientes habituales.

Las obras que Warhol entregaba a Ruskin, la mayoría de las cuales se perdieron en los diversos incendios que sufrió el club, saldaban una cuenta que servía como una especie de abono de dietas de la Factory: los trabajadores mal pagados como Billy Name podían comer allí gratis. Muchos meses, la factura de Warhol podría ascender a setecientos dólares, que el artista abonaba con un suministro constante de pinturas.

En su número de mayo de 1967, la convencional revista *Town and Country* nombró a Warhol como uno de los «Nuevos 400», los hombres (solo hombres) cuyos logros les abrían la puerta a reemplazar en cuna y riqueza a la antigua élite de la alta sociedad. ¿Es posible que aquel dudoso elogio contribuyera a convencerlo para que consolidara un poco más su identificación con los comportamientos radicales? Un periódico alternativo lo persuadió para que escribiera una columna de chismorreo llamada «Andy Warhol's Underground Confidential» —el título por sí solo ya era señal de que ocupaba un lugar oficial en la marginalidad— y Warhol aprovechó la oportunidad para dar publicidad al caos del que participaban sus seguidores en el Max's. «La otra noche, ¡VIVA!, se vio acorralada por tres lesbianas viciosas en el baño de chicas del Max's —escribió (o, más probablemente, hizo que alguien escribiera en su nombre)—. Sintió un escalofrío cuando una de las lesbianas empezó a trepar por el cubículo. Justo entonces, entró al baño otra mujer (que en realidad se hacía pasar por una) y, ¡VIVA!, pudo salir de allí con la virtud intacta».

Con «¡VIVA!» se refería a una mujer (por lo general) heterosexual llamada Susan Hoffmann, nacida, casi exactamente, una década después de Warhol. Le pusieron aquel apodo cursi a propósito cuando se convirtió en una de las últimas superestrellas en unirse al elenco Factory. Warhol le puso el nombre en honor de una nueva marca de servilletas de papel muy lujosa y muy de los años sesenta: «Tan bonitas que las mostrarás con orgullo». (Por suerte, tanto las mayúsculas como los signos de exclamación desaparecieron del apodo de Hoffmann). La llegada de Viva marcó un cambio de dirección en el grupito en torno a Warhol cuyo efecto total se vio uno o dos años después.

Igual que Brigid Berlin, Viva no tenía la cuna contracultural de los bajos fondos de la ciudad que poseían Billy Name u Ondine. (Warhol recordaba haberla reprendido por pensar que la escultura de Flavin que había en el Max's era solo un espantoso artefacto de iluminación: «Le dije: "¿Sabes que llevas tres años sentándote debajo de un Dan Flavin?". Y ella no tenía ni idea de lo que estaba hablando»). Viva, «superensimismada, no exactamente superintelectual», procedía de una familia fina del norte del estado que pasaba los veranos en una gran propiedad junto al río St. Lawrence. Había coincidido con Warhol aquí y allá a principios de la década de 1960, cuando ella hacía sus pinitos en el mundo de la ilustración de moda. Intentó pedirle un préstamo. Una vez, Malanga intentó seducirla: «Le dije: "Vamos, Gerard. Sabes que eres marica… He oído que fuiste amante de Andy». Finalmente, Viva entró en el radar de Warhol durante una fiesta en agosto de 1967, cuando era apenas una aspirante a modelo y actriz.

No tenía muchas nociones sobre la vanguardia, y las excentricidades de Viva parecían algo más natural que aprendido. Hablaba con un tono quejumbroso y agudo que superaba incluso el de Warhol. Pronto, él empezó a imitar el tonillo de ella. Era tan delgada como un palo, como el de Twiggy o el de Edie, pero su cuerpo estaba coronado por una exagerada maraña encrespada de pelo rojo. Cecil Beaton le hizo un retrato fotográfico y después la describió como «una maravilla fotográfica», y dio los siguientes detalles: «Sus ojos son de un gris verdoso parecido al del exterior de la yema de un huevo duro, sus dientes de un color mortecino, su nariz la de un oso hormiguero».

A pesar de su buena educación en un convento, la diarrea verbal que padecía Viva no le daba tiempo para sutilezas sociales: cualquier pensamiento que pudiera pasársele por la cabeza, le salía por los labios. Esto tuvo la ventaja de hacer de ella una mujer liberada antes de la liberación de las mujeres. No tenía problemas en hablar sobre su ciclo menstrual ni los fallos sexuales de sus muchos amantes. Alguien le preguntó una vez por qué los actores de las películas de Warhol eran en su mayoría homosexuales y ella respondió que eso era en las antiguas: «Ahora son todos heterosexuales. Los he convertido». Nuestro artista decidió no contradecirla.

En el momento en que empezó a protagonizar las películas de Warhol, Viva tenía dos especialidades: podía superar incluso a las mayores cotorras de la Factory y se quitaba la ropa en cuanto se lo pedían. «A Viva, si se callara en algún momento, podrías follártela, pero no se callaba nunca», contaba Mary Woronov. Aquella noche de agosto, cuando Warhol y ella se conocieron en una fiesta, o eso cuenta la leyenda, él le ofreció un papel en el rodaje del día siguiente a condición de que fuera en toples. Viva accedió, pero apareció con los pezones tapados con tiritas. Warhol leyó aquello, con bastante acierto, como garantía de las rarezas que estaban por venir.

«No sé cómo lo hizo —contaba un amigo en común—. Susan debió de darle un golpe a Andy en la cabeza con una sartén o algo así, pero de alguna forma lo convenció de que era una buena actriz».

Pronto, las tiritas de Viva desaparecieron, lo que le permitió aparecer totalmente desnuda en una serie de películas del género llamado *sexploitation*, pedidas por el propietario de una dudosa sala de cine que buscaba una alternativa menos dura y más artística al porno, calificado en conjunto como cine X. En la primera semana que se estuvo proyectando allí, en julio de 1967, *My Hustler*, que ya tenía dos años de antigüedad, le reportó a Warhol cuatro mil dólares. La conexión de nuestro artista con la temática del sexo tuvo el extraño efecto de convertir a este maestro de lo opaco y lo esotérico en un tema favorito de las revistas eróticas dirigidas al varón estadounidense medio: a finales de los años sesenta, *Playboy*, *Penthouse*, *Cavalier*,

Jaguar y *Swank* habían publicado artículos sobre él, planteados de forma no muy honesta para dar una imagen lasciva que sería difícil encontrar tanto en él como en su obra. Resulta especialmente irónico que un tipo de revistas supeditadas al más heterosexual de los gustos masculinos se centraran en un afeminado icono de la homosexualidad, tan solo por el hecho de que sus películas, sobre todo sus imágenes fijas, permitían ver en ocasiones un pezón o un trasero femenino, quizá un poquito de pene también. «Andy hacía el tipo de películas que le gusta hacer, el sexo lo añadió luego, porque sin él la gente no se quedaba a verlas», dijo Paul Morrissey, reconociendo el atractivo superficial al que se habían enganchado las revistas. Tal como lo planteó Viva: «Estoy desnuda porque Andy dice que lo que vende las entradas es verme desnuda». Una revista habló de ella como la «dueña de la anatomía más conocida de la ciudad».

Bike Boy, uno de los primeros medios pensados para Viva, tuvo su dosis de desnudos, pero ninguno de ellos era calenturiento. En la película, la actriz hace todo lo posible por seducir a un tipo duro de clase obrera que no era actor, pero que cometió el error de acceder a aparecer ante la cámara de Warhol. «Era muy bueno, porque era muy tonto», recordaba Viva. (La película llevó brevemente el título de *Dope* [«Bobo»] en su honor, y también el de *Super Stud* [«Supermacho»], nombre que se descartó cuando las revistas convencionales se negaron a publicarlo). La absoluta falta de química entre Viva, una charlatana viuda negra, y su inocente presa resulta más penosa que sexy o graciosa, como es probable que fuera la intención de Warhol. Ninguno de los personajes sale bien parado.

Lo que distinguía especialmente a Viva de otros warholianos era su capacidad para imitar la *lingua* intelectual sin preocuparse demasiado por su contenido. Igual que ocurría con Warhol, y más que con ninguna otra persona de su séquito, nunca se sabía si había que tomarse sus palabras al pie de la letra o no. Esto hizo que nuestro artista le cogiera cariño. «No tenemos a nadie que dé bien en cámara y que sea también inteligente y pueda hablar de Winston Churchill», le explicó a Viva cuando la metió por primera vez en un proyecto. Ella se convirtió en la última de sus amigas telefónicas, en la franja de cuatro a seis de la madrugada, donde se contaban sus problemas familiares, económicos y románticos: «Andy, siempre tan moderado, me aconsejaba: "Líate con él: gran idiota, gran polla"», contaba Viva. En las fotos de los primeros tiempos de su amistad se ve a Warhol mirándola con lo que parece un afecto profundo.

Una vez, un escritor llamó a Viva «el objeto encontrado más valioso de Andy Warhol», y no iba demasiado descaminado. Al menos, para la mente de formación dadá de nuestro artista, esto habría sido menos un desprecio que un elogio. Pero también puede explicar un

comentario desagradable que él le hizo una vez a la actriz: «Te crees que estás muy arriba. Eres solo una estrellita diminuta». Más tarde la llamó su «persona favorita». Las dos citas no son incompatibles: los objetos encontrados más preciados de un artista suelen ser los más triviales.

El más atractivo de los filmes de Viva, debido a su obvio sentido del humor, es una película llamada *Nude Restaurant*. Junto a Taylor Mead y varias otras superestrellas menores incumplen todas las leyes sanitarias sentándose desnudos en un establecimiento de hostelería donde se turnan para charlar sobre temas de lo más aleatorios. (El lugar se llamaba Mad Hatter, lo que le permitía a Warhol alinearse con Lewis Carroll y su Sombrerero Loco por enésima vez). Viva cuenta una historia en la que su padre la prostituye con un banquero suizo cojo, y Mead dice que él dejó de levantar pesas «porque te pasas el rato repitiéndolo todo» y asegura también que esa es solo la tercera vez que ve los pezones de una mujer. «Ese es el problema de estar rodeado de homosexuales —le responde Viva—. Quieres taparte todo el rato, porque no son capaces de apreciarte», aunque no hace ningún intento de taparse, a pesar de que está rodeada de homosexuales.

En una noche en Max's, Viva podría pasar fácilmente del enfrentamiento verbal a una pelea en toda regla: «Siempre me estoy peleando con la gente», dijo una vez. Y eso era sin duda parte de su atractivo para Warhol.

No es solo en el Max's donde Warhol eligió verse rodeado de disputas y caos. Aquel torbellino empapaba también profundamente el ambiente en la Factory. Todos los warholianos han contado alguna anécdota acerca de las puñaladas por la espalda, los cotilleos y la competencia que allí se daban, «una especie de lucha constante por entrar en el círculo de la realeza», tal como lo expresó Geldzahler. Una vez, un periodista oyó a una de las chicas de la Factory conspirar contra uno de los chicos: «Tenemos que deshacernos de él. Está loco por el poder». Y, también, uno de estos atacando a una de las chicas: «Es una cerda maligna, pero a Andy le gusta tenerla cerca. No sé por qué». Warhol se considera el catalizador principal de estos enfrentamientos. «¿Qué crees que le parece a Andy la batalla por su atención en la que se enredan de vez en cuando diversas personas a su alrededor?», le preguntó un entrevistador a Brigid Berlin. «Oh, le encanta», dijo. «¿Crees que él la fomenta?», le preguntó el entrevistador. «Lo adora», respondió ella.

Viva ha hablado de una vez en la que Warhol azuzó, a propósito, una «rivalidad fraternal» entre ella y los protagonistas masculinos de una película. Paul Morrissey manejaba la cámara y, supuestamente,

Warhol le dijo a Viva: «Paul ya no quiere verte. Solo quiere filmar a los chicos. Date prisa, maquíllate y sal antes de que sea demasiado tarde». Hay registros de las conversaciones del artista que confirman este comportamiento. En parte, debe haber sido un intento de provocar la clase de conflicto escandaloso que hace que *The Chelsea Girls* sea tan buena. Pero tampoco está muy claro que tuviera que haber una cámara grabando para que Warhol, el gran observador, disfrutara del espectáculo de ver a sus seguidores enfrentándose. Es probable que primero presenciara las trifulcas entre bichos raros y adictos al *speed* siempre con los nervios de punta, y que luego decidiera captar aquel histrionismo en una película.

Cierto es que esa es la lectura más inocente, y más planteada en términos estéticos, que puede hacerse del comportamiento de Warhol. En un momento de particular amargura, cuando su trabajo con Warhol estaba pasando a mejor vida, Malanga interpretó las rivalidades de la Factory como un mecanismo de control del artista. Este, dijo, construía «un sistema de vigilancia muy primitivo pero eficaz. Si alguien se pasaba de la raya, el enemigo que tuviera esa persona iba a informar a Andy de la ofensa». Pero no está muy claro que a la caótica población de la Factory le hiciera falta mucho estímulo por parte de Warhol para comportarse de aquella manera. Los diarios de Malanga revelan la misma clase de mezquinos conflictos, triunfos, «escándalos» y humillaciones que se manifiestan en casi cualquier grupo de jóvenes ambiciosos que pasan demasiado tiempo juntos, sin un guía externo. Cuando Warhol decía que sus proyectos de cine y música rock eran formas de mantener ocupados a «los chavales», para que no se metieran en problemas, quizá fuera algo más que una frase retórica. Está claro que Warhol sentía la repentina llegada de su ejército de acólitos y arribistas como algo no solicitado y fuera de su control. Una y otra vez, se muestra más bien perplejo ante ello, no tanto emocionado ni consternado. La distancia que sentía con respecto de los «chavales» de la Factory hacía que insistiera en rechazar el papel de adulto del lugar, a pesar de que era una década mayor que la mayoría de ellos. Se comportaba más como el alumno del último curso del instituto al que los estudiantes de primero intentan impresionar con todas sus fuerzas y que los mira entre condescendiente y divertido. «A veces, cuando pienso en Andy, creo que es como Satán —dijo Viva hacia el final de su época en la Factory —. Tiene el mismo control sobre todos nosotros. Pero me encanta cuando se habla de Andy y Viva».

Dado el magnetismo y la atracción que Warhol ejercía sobre sus seguidores, es probable que su mayor pecado fuera la no intervención. Su presencia maquiavélica, unida a la gran cantidad de drogas que se tomaban allí sin parar durante meses, era, posiblemente, todo lo que

hacía falta para que el desorden de la Factory explotara.

John Cale describió muy bien el tipo de depredación con que asistían a las fiestas bajo la bandera Warhol:

> Cuando recorríamos la ciudad, nunca éramos menos de diez y, a menudo, llegábamos a ser hasta veinte. No es tanto que asistiéramos a las fiestas como que las invadíamos, y la cuadrilla de Andy no era cosa de broma. Tan pronto poníamos un pie en casa de alguien, estábamos ya peinando el baño en busca de pastillas y revisando los armarios para hacernos con ropa gratis.

En los diarios de Malanga lo vemos tomando, en el lapso de unos pocos días, distintos tranquilizantes y un poco de LSD, aparte de darle al *speed* cuando se necesitaba algún tipo de *performance*. Puede que Warhol no tomara tantas drogas como sus acólitos, pero tampoco se contenía tanto como solía afirmar ante la prensa. Un visitante de California cuenta que nuestro artista acabó «muy muy drogado» con una marihuana que él había traído desde el otro lado del país: «Le cambió el carácter y se puso en plan machote, despotricando y ese rollo. Y todo el mundo se quedó en plan: "¡Guau!"». Además, independientemente de si Warhol se drogaba a menudo o no, lo que sí parece cierto es que alimentaba en cierto modo el hábito en los demás. Un periodista universitario que lo siguió por todo San Francisco cuando apareció por allí con la Exploding Plastic Inevitable, contó que el artista viajaba con «una bolsa enorme de pastillas de fármacos: Librium, Valium, excitantes, tranquilizantes».

Al tiempo que la Factory empezaba a desmoronarse, en su cuarto año, Billy Name dejaba, deliberadamente, que se desmoronara también la decoración plateada. «Quería que al principio se viera muy nuevo, y fuera decayendo poco a poco en lo que tuviera que convertirse», contó. Pero Warhol mostraba menos entusiasmo respecto de este deterioro. «Era tan bonito…», dijo, contemplando el esplendor venido a menos de los últimos días de la Factory. En las fotos se ve que sus espacios, en otro tiempo amplios y diáfanos, estaban llenos hasta las vigas de una acumulación de cachivaches. A finales de 1967, los periodistas ya estaban señalando que la Silver Factory había perdido casi todo su anterior brillo. Hasta su antiguo y fiable ascensor mostraba signos de estar averiado.

Lo mismo podía decirse de la siempre precaria vida social de la Factory. Hay una carta de amor que Ivy Nicholson, la que fuera modelo de portada, envió a Warhol que muestra su peculiar visión de la relación:

> Mi amor por ti es muy fuerte y yo también lo soy. Todo poder tiene que ver con el

> sexo eso todo el mundo lo sabe. Tienes poder me dominas lo cual es fenomenal jamás me ha dominado ningún hombre. Solo deseo darte más por favor acepta mi amor […]. Para mí eres todo lo que sueño. Soy tuya lo dicen las estrellas en el cielo.

Ivy Nicholson llegó a publicar un anuncio de su (falso) «compromiso» con Warhol en el *New York Post*. Nuestro artista se desahogó con un amigo que era taxista contándole que Nicholson le estaba exigiendo que le pagara un viaje a México para que pudiera divorciarse y casarse con él a la vuelta. «He decidido ser realmente sincero con Ivy y decirle que, bueno, ya sabes, que está loca», le dijo Warhol. Es posible que se arrepintiera de decírselo tan a las claras. Le dio la noticia en Max's una noche de junio, y ella lanzó su plato de comida por toda la trastienda, «salí corriendo porque, bueno, ya sabes, porque no quería una escenita».

Al volver a la Factory, Nicholson defecó detrás del famoso sofá «para que una parte de ella se quedara con Andy», según contaba un testigo. Billy Name la sacó del lugar y ella les mandó el ascensor de vuelta con otra mierda en el suelo. «Pensé: "¿Qué puedo hacer que sea de verdad ofensivo?". Y luego me dije: "¡Cagar!" —contó más tarde Nicholson—. Y Andy me dijo: "¿Has hecho caca en el ascensor? ¡Nadie lo había hecho antes! Vuelve, por favor"».

Las cartas de Nicholson, dirigidas tanto a Warhol como a otras personas, siguen hablando de su matrimonio media década más. En 1969, después de su partida a París se le antojó hacer que las facturas del colegio privado de su hijo se enviaran a Warhol, lo que no fue óbice para que lo llamara «maldito demonio» ni le dijera que estaba enfadada por su decisión «de seguir siendo marica». En los años siguientes, Nicholson no dejó de imaginar que el artista tenía una erección cada vez que ella enseñaba las piernas: «No le había dado tiempo a meterse un plátano en los pantalones, así que era eso. Pasaba cada vez que me ponía minifalda. ¡Mírame las piernas! […] El modo de convertir a un chico gay en heterosexual es ponerte una minifalda y ver qué pasa».

En verano de 1967, Ivy estaba tan loca de amor que aseguró estar dispuesta a conformarse con compartir a Warhol con «Rodney», un nuevo amante. Este era conocido como Rod La Rod e inyectó en la vida del artista casi tanto caos como Ivy. Warhol hablaría luego de los «nervios de punta» de su joven novio, y Gerard Malanga definió su relación como «realmente masoquista». El poeta cuenta que Rod, «un retrasado, odioso, una vergüenza», abofeteaba y golpeaba a Warhol en las cenas incluso delante de otras personas, una tortura pública de la que este parecía disfrutar. Una noche, en Max's, se emocionó muchísimo cuando la grabadora que llevaba registró a su amante en plena pelea. En la Factory, pero también más allá, las bobas payasadas

que se traían ambos —«cosas de niños», según un testigo— podrían fácilmente acabar convirtiéndose en algo más similar a una paliza por parte de Rod. Parece que Warhol era cómplice de esa violencia —a Rod le gustaba que le devolviera el bofetón—, pero eso no impide que, a veces, el mayor de ambos terminara llorando. «Se hacían trizas el uno al otro. Y después se reconciliaban. Era maravilloso. Se habían encontrado el uno al otro», contaba Ondine, cuyos gustos tendían siempre a lo extremo. Este veía más ternura y afecto genuino en la caótica relación de Warhol con Rod La Rod de lo que había visto en cualquiera de los anteriores romances del artista.

Rod (de nombre Rodney W. Thomas) era de Alabama, un chico alto con los ojos azules, patillas largas y el cabello castaño y lacio que afirmaba haber sido *roadie* de Tommy James y los Shondells. A finales de 1967, le dijo a un periodista que él tenía dos dioses: el político racista George Wallace y Warhol, «el gran padre blanco». Llegó a la escena de la Factory en otoño de 1966 como técnico de sonido para una película que también habla del creciente masoquismo de nuestro artista.

Warhol quería que un joven poeta drogadicto y extravagante llamado René Ricard, de la pandilla de Boston de Edie Sedgwick, le representara en una película autobiográfica que debía llamarse *The Andy Warhol Story*. Es probable que esta cinta se concibiera como complementaria al *biopic* que estaba filmando con su madre aquel noviembre. Ricard aceptó interpretar a Warhol, pero solo para tener la oportunidad de vengarse de lo que consideraba las «manipulaciones» del artista, según contaba. (Había sido expulsado de la Factory tras ser acusado por Warhol de haber robado un cuadro de Brando, acción que encaja a la perfección con el comportamiento habitual del poeta pero que muy posiblemente cometió, en realidad, Paul America, protagonista de *My Hustler*). Cuando llegó la hora del rodaje, Ricard estaba colocadísimo con una doble dosis de Obetrol e insistió en que buscaran a Sedgwick, que llevaba mucho tiempo sin pasar por allí, para que actuara con él. Milagrosamente, la modelo estaba en Nueva York y dieron con ella. Accedió a participar y, cuando llegó al set (como tres horas tarde, medio zombi por los tranquilizantes y con una pinta horrible), Ricard y Sedgwick se lanzaron a una improvisación satírica de lo más cruel. Se burlaron de la práctica artística de Warhol y atacaron el modo en que trataba a sus acólitos. «Lo interpreté tal como se comportaba con sus inferiores —contó después Ricard—. Ella se interpretó a sí misma de acuerdo con los sentimientos que, en aquel momento, tenía hacia él […]. Tengo pesadillas por lo que hice en esa película». Y, sin embargo, después de ver cómo lo hacían trizas, cuando se terminó la primera cinta de los horrores, Warhol insistió en que filmaran una segunda cinta.

Su novio, Richard Rheem, interpretaba a Malanga en la misma película, y cuando nuestro artista lo dejó, poco después, Rod La Rod se deslizó en la plaza vacante. Difícilmente podía haber un contraste mayor que entre el californiano dulce y educado y el sureño feroz y violento: «El rostro mismo de lo huraño», decía de él un amigo de Warhol. El cambio representa bastante bien la dirección hacia la que se encaminaban la vida y la obra de nuestro artista. En una carta enviada por Rod algunos años más tarde, cuando servía en el ejército, habla de sí mismo como el «juguete» de Warhol, pero si en aquella relación hubo algún juguete, fue el artista, que fue un payaso tentetieso para Rod La Rod.

Existe al menos una anécdota que habla de Warhol asumiendo el papel de Rod como el sádico oficial de la Factory. Parece ser que invitó a un joven y sensible hippie llamado George Harris a lo que este creyó que era una «cita» con el artista. (Es el mismo chico que, en la famosa foto de la marcha al Pentágono de 1967, aparece metiendo una flor en el fusil de un soldado). En lugar de encontrar un ambiente romántico, Harris se vio atacado por «algunos amigos varones de Andy», que se pasaron toda la noche pegándole y quemándolo con cigarrillos mientras Warhol lo observaba con placer. «Me dijeron que la policía no haría caso a un maricón», le dijo Harris a un amigo que quería que fuera a denunciarlos al día siguiente.

El apogeo del caos —o el punto más bajo al que llegó— de la Factory fue en noviembre de 1967. Un amigo de Ondine conocido como Sammy el Italiano, armado y colocadísimo, necesitaba dinero para saldar una deuda de drogas y alguien le dijo que la Factory era el lugar idóneo para conseguirlo. (Parece ser que aquella falsa idea se la dio Dorothy Podber, la liante consagrada que había disparado contra una pila de *Marilyns* algunos años antes.)

La anécdota adquiere tintes distintos según quién la cuente, pero lo básico es que Sammy irrumpió en la Factory exigiendo dinero a los warholianos allí congregados, entre los que estaban nuestro artista, Nico, Paul Morrissey, Taylor Mead, Billy Name y algunos más. El atraco era tan improbable, y el atracador tan bello, que al principio Warhol y el resto creyeron que estaba haciendo una prueba espontánea para alguna de sus películas. Esa sensación comenzó a evaporarse cuando los sentó en un sofá y se puso a agitar el arma, y se disipó por completo cuando Nico, entre risitas, se preguntó en voz alta si el arma estaba cargada, lo que hizo que Sammy empezara a disparar dentro de la habitación. Estaba en tal estado que sacó del arma todas las balas menos una y amenazó con seguir apretando el gatillo hasta que le dieran algo de dinero. «Tenía el arma. Nos apuntó con ella.

Clic. ¡Cuatro clics!», contó luego Warhol, justo doce meses después. Los dólares empezaron a aparecer antes de que nadie pudiera oír los dos últimos clics, o más bien, un clic y un estallido, o peor aún, el estallido directamente. En ese punto, parece que el joven Sammy empezó de pronto a sentirse mal por lo que había hecho. «¡No quiero hacer daño a nadie! ¡Necesito el dinero de verdad! ¡No quiero hacer daño a nadie!» dijo, y le entregó el arma a una de las superestrellas más jóvenes allí presentes. Entonces, aquel «chaval tontorrón» dijo que muchas gracias pero que él prefería no tener el arma, y rápidamente se la devolvió. Morrissey, con más cabeza que los otros miembros del grupo (que no es decir mucho), declaró que él estaba dispuesto a ser el guardián del arma. Al final, Sammy se la dio, y él la enterró en los cojines del sofá a su espalda.

En algún momento de toda aquella extraña situación, a Sammy el Italiano le pareció una buena idea atarle a Warhol un sombrero de lluvia de mujer en la cabeza —en otra versión de la historia es en la de Mead— y esa fue su perdición. «¿Quién es este tipejo para insultar a un genio?», se dijo Taylor Mead a sí mismo —o acerca de sí mismo, quizá— y lanzó su debilucho cuerpo de cuarenta y cinco kilos contra el agresor, que estaba ocupado forcejeando con Morrissey por el arma: «Sin embargo, fue como lanzarse contra una casa hecha con ladrillos de mierda, y entonces sacó un cuchillo». Con intención de derrotar al invasor, Mead se puso el sombrero de lluvia en el puño, golpeó una ventana de la Factory, y gritó pidiendo ayuda a los sorprendidos inquilinos de las YMCA del otro lado de la calle. Después procedió a arrancar el marco de la ventana para usarlo como arma contra Sammy, o eso contaba él. Viéndose frente a un poeta *underground* enfurecido, el Italiano y un acompañante que era su centinela huyeron, sabiamente, por las escaleras de la Factory, mientras Morrissey intentaba sin éxito disparar el arma tras ellos. («No supe cómo hacerlo, o algo», confesó). Mead les tiró el marco de la ventana.

Haciendo negocios.

32
1967

EL ARTE, EN UN CALLEJÓN SIN SALIDA | LA ESTAMPACIÓN DE LÁMINAS, UNA NUEVA FUENTE DE INGRESOS | *THE CHELSEA GIRLS*: POR TODO EL PAÍS Y EN CANNES | *LOS TRECE HOMBRES MÁS BUSCADOS* EN PARÍS | FIN DE LA VELVET

«Yo iba de aquí para allá repitiendo: "Vamos, Andy, dame algo de pasta, maldita sea, ¿qué problema tienes?"».

En 1967, la vida en la Factory se había puesto excitante al máximo para Warhol, lo cual fue una suerte, porque su creación artística estaba volviéndose aburrida y predecible. Al menos en lo tocante a los medios tradicionales de la pintura y la escultura, nuestro artista era realmente el exartista que decía ser. Salía de su retiro solo para satisfacer a algún mecenas que quería alguna versión de sus grandes éxitos.

El comisario de arte Alan Solomon, que había organizado la muestra de Warhol en Boston, y también lo había dejado fuera de la Bienal de Venecia de 1964, recurrió al artista pop en busca de ayuda para completar la sección dedicada al arte contemporáneo del gigantesco pabellón estadounidense de la Exposición Universal de Montreal de 1967. Celebrada en conmemoración del centenario de Canadá, se inauguró en primavera y alcanzó el récord de asistencia histórico para eventos de su clase. Pero en vez de crear alguna obra nueva, importante, digna del evento, Warhol, que se había retirado como pintor, se limitó a ampliar seis de sus autorretratos con los dedos en los labios que ya había expuesto en Boston. De nuevo, volvía a presentarse como un enigma mudo, a través de unos cuadros que tenían más que ver con la intención de presentarse internacionalmente como un hombre de misterio que con la de impresionar a nadie con su imaginación artística. Como la mayoría de las obras de los otros veintidós artistas elegidos por Solomon, entre ellos amigos (y rivales) de Warhol como Roy Lichtenstein y Jasper Johns, aquellas ampliaciones de sus autorretratos estaban suspendidas en la inmensidad del pabellón estadounidense, una espectacular cúpula geodésica diseñada por Buckminster Fuller. Tras visitar la exposición,

Warhol hizo la siguiente reflexión sobre sus cuadros: «Son lo peor de lo que hay allí. El edificio de Estados Unidos es tan bello que tendrían que haberlo dejado vacío». En este caso, como solía ocurrir en la mayoría de sus juicios artísticos, dio en el clavo.

Recibió otros encargos de retratos en los que no mostró mayores ambiciones, al menos en términos estéticos.

Hacia principios de año, la galería de Leo Castelli acogía una exposición por su décimo aniversario, y le habían entregado a Warhol las fotografías de doce de sus artistas para que las serigrafiara sobre lienzo como proyecto de celebración. Hizo todo lo que pudo con ese endeble punto de partida, jugó con el recorte y la forma de los distintos retratos para dotarlos de cierta variedad, pero, al final, la serie bien podría estar representando una docena de personas cualesquiera en serigrafías hechas por cualquier imitador de Warhol medio decente. Su único interés era una brillante circularidad: el resto de los artistas estaban representados por alguna de sus obras clásicas, pero la pieza de Warhol era también un comentario sobre la muestra en sí, sobre Castelli y su colección. Es decir, estaba en la exposición, pero también hablaba de ella. La banalidad de sus retratos podría incluso interpretarse como una burla silenciosa acerca de la idea de que las estrellas del arte fueran dignas de ser retratadas, y de ello, claro está, Warhol era el mejor ejemplo.

En otoño, Sidney Janis, el marchante que había ayudado a lanzar el pop art cinco años antes, consiguió que nuestro artista le hiciera un retrato compuesto por ocho pequeños lienzos basados en viejas fotos familiares tomadas a lo largo de varias décadas y en algunas fotografías de carnet más recientes. El resultado fue una versión un poco más floja de la serie de Rauschenberg que Warhol había creado en sus primeros meses dedicados a la serigrafía, más o menos en la misma época en la que Janis lo exponía por primera vez. Pero independientemente de sus fallos, este encargo cumplió una función importante: cuando el marchante donó la serie al MoMA, casi con la pintura aún húmeda y sin haberla visto él siquiera, añadió un segundo gran Warhol a la prestigiosa colección del museo, que se sumaba a la *Marilyn* dorada que había sido entregada cinco años antes. Los retratos de Janis se acompañaron de una tercera donación al MoMA que ha pasado prácticamente inadvertida: Warhol pidió que el obsequio incluyera la pantalla de serigrafía para un retrato del marchante mucho más grande, de dos metros y medio de alto, que debía exponerse de pie y retroiluminada. En vez de ocultar las implicaciones mecánicas e industriales de su técnica serigráfica, Warhol quería que se subrayaran, como si justo ese proceso fuera el verdadero arte de la Factory y los lienzos, meros subproductos. Conseguir que esa pantalla entrara en el MoMA puede considerarse, en realidad, como un premio

de consolación. Warhol la había empleado para imprimir un vasto mural compuesto por siete instantáneas en blanco y negro, casi idénticas, de un Janis sonriente que representa a las mil maravillas el ego de cualquier gran marchante de arte, al tiempo que se cierne sobre los artistas que tiene bajo el pulgar. Eso, explicó Janis en una carta tranquilizadora a Warhol, fue básicamente la razón por la que se negó a comprar o donar el mural. Sabía reconocer un cumplido ambiguo cuando lo veía.

Cuando Nelson Rockefeller, gobernador de Nueva York, ocupó su turno como mecenas de Warhol, obtuvo cuatro grandes retratos que son interesantes tan solo por las zonas de colores vibrantes que el artista salpicó aquí y allá sobre el rostro ceñudo del político, en una versión muy temprana del elegante trabajo que haría con el color en algunos de sus encargos más comerciales durante la década de 1980. Rockefeller había participado en la desaparición del mural *Los trece hombres más buscados* en 1964, por lo que tal vez no resulte sorprendente que sus retratos parezcan hechos con desgana. Warhol no olvidaba jamás un desaire.

Es posible que nuestro artista se sintiera aún menos inspirado por las circunstancias que rodearon a las enormes recreaciones de sus pinturas de *Flores,* hechas hacía ya tres años. Tuvieron que producirse como compensación ante una reclamación por los derechos de autor presentada por la autora que había hecho originalmente las fotografías de las flores. Esta aseguraba que Warhol se negó a pagar la tarifa de derechos de reproducción que ella le había presupuestado y empleó su foto de todos modos. Cuando, en un primer momento, los abogados de la fotógrafa exigieron que se destruyeran todas las pinturas, la dadaísta respuesta de Warhol fue: «¡Eso sería maravilloso!», pero se avino a llegar a un acuerdo por el que dos de las nuevas *Flores* cubrirían un pago de seis mil dólares para ella.

Warhol prefirió siempre recurrir al trueque que pagar en efectivo. Su principal abogado aceptó sus cuadros en pago por su trabajo, sin duda el mejor trato que haya logrado jamás un abogado. En 1967, el acuerdo de las *Flores* debió de haberle parecido especialmente rentable: sus pinturas algo más pequeñas, sobre el tema que fueran, se valoraban aun en solo quinientos dólares.

Fue un año de disputas legales.

Ya en enero, la empresa de sopas Campbell's había ido detrás de Warhol por no haberles pedido permiso para usar su famosa etiqueta en los anuncios de su exposición en el ICA de Boston.

Lou Reed estuvo disputando por los derechos y los pagos adeudados a la Velvet durante todo el año.

Eric Emerson, que aparecía desnudo y drogado de LSD en *The Chelsea Girls*, presentó varias demandas que pedían doscientos

cincuenta mil dólares cada una por el uso no autorizado de su imagen en la película y en la contraportada de la Velvet Underground. Terminó conformándose con mil dólares, pero logró que un juez prohibiera la proyección de las escenas de *The Chelsea Girls* en las que aparece en el estado de Nueva York, y que MGM lo borrara de la portada del plátano, lo que obligó a retirar del mercado el disco durante varias semanas.

Mary Woronov también fue detrás de Warhol por los honorarios de sus actuaciones, y Paul America recibió un pago retroactivo de dos mil quinientos dólares por haber interpretado al chapero de *My Hustler*, allá por 1965. «Creo que Andy siempre estuvo dispuesto a pagar, pero de algún modo, nunca estaba cuando yo llamaba —contó el actor a *The New York Times,* donde minimizó el pago que había recibido diciendo que fueron solo quinientos dólares—. Es un encanto, pero es… Andy. No puedes discutir con él ni hacer que te escriba un cheque. Es todo "ooh" y "aah", y entonces llama a alguien para que se encargue de la conversación».

Moe Tucker contó más tarde la ardua labor que tenía que hacer para conseguir que Warhol le diera el dinero de la gasolina que necesitaba para ir hasta Manhattan desde la casa de sus padres, en las afueras: «Terminaba persiguiéndolo por toda la Factory y, bueno, después de la primera vez, acabamos convirtiéndolo en un numerito tonto. Yo iba de aquí para allá repitiendo: "Vamos, Andy, dame algo de pasta, maldita sea, ¿qué problema tienes?". "Oh, no, espera un minuto", me decía, y se escabullía».

Es probable que el hecho de que Warhol estuviera intentando escaquearse de sus deudas no fuera solo una costumbre. Parece que el dinero era tan escaso como siempre. «No había efectivo para pagar a nadie —recordaba Billy Name—. Todo el dinero que obtenía de la venta de los cuadros iba destinado a las películas». Para él, al menos, ya era suficiente con que Warhol pagara el alquiler de la Factory y comprara la comida «a veces, cuando la necesitábamos». Por lo visto, en 1967, los ingresos del estudio habrían estado incluso en peores condiciones que antes, pues a Castelli le quedaban muy pocos de los antiguos cuadros de Warhol por vender y es difícil que el puñado de nuevos encargos de retratos compensara la diferencia. Apenas habrían llegado a cubrir la cuenta de las superestrellas en Max's. En París, puede que las ventas de Ileana Sonnabend fueran un poco mejores, pero aun así llegaban solo a unos diez mil dólares.

Justo en el momento en que las ventas de cuadros de Warhol empezaban a decaer, un grupo de artistas estaba ensayando con la impresión de láminas estampadas en ediciones de lujo como una

nueva fuente de ingresos, para disgusto de sus marchantes, que a menudo se quedaban fuera de ese negocio. Los primeros pasos de Warhol como importante artista de la estampación nos dieron una de sus mejores obras de arte y que, a su vez, es de las menos conocidas. Ya en julio de 1966, un coleccionista de arte y abogado de Broadway propietario de la lujosa Racolin Press, le había propuesto publicar una serie de grabados en forma de «libro sobre el presidente Kennedy». Hacia el verano siguiente, Warhol había avanzado mucho con el proyecto: un *portfolio* de once serigrafías de gran tamaño, que se presentaba como un libro gigante sin encuadernar y que plasmaba de forma magnífica el drama que se desarrolló el día del asesinato de J. F. K. Con el título de *Flash: November 22, 1963*, el *portfolio* reproducía imágenes que habían publicado los medios de comunicación de objetos como el arma que usó Lee Harvey Oswald para disparar a Kennedy, la ventana en el Texas Book Depository desde la que disparó y la fotografía de una Jackie sonriendo en el convoy, ignorante de lo que está a punto de suceder.

Warhol emparejó cada imagen con una o dos páginas de texto de los teletipos que, aquel día, fueron dando noticia de los eventos, lenta y dolorosamente, a través de un buen número de telegramas; del mismo modo que los estadounidenses habían recibido montones y montones de información durante ese espantoso día:

PRIMER CABLE KENNEDY
DALLAS, 22 NOV. -- PRESIDENTE Y SRA. KENNEDY LLEGADOS AQUÍ HOY EN EL SEGUNDO DÍA DE SU GIRA POR TEXAS.
FLASH
DALLAS -- DISPAROS AL CONVOY KENNEDY
FLASH
DALLAS -- DOS SACERDOTES LLAMADOS JUNTO A KENNEDY X EN SALA DE URGENCIAS.
FLASH
DALLAS -- PRESIDENTE KENNEDY MURIÓ A LA 1 P .M. (CST)

Aproximadamente en torno a los mismos meses de 1967 en los que estaba trabajando en *Flash*, Warhol jugaba también con su imagen pública como bicho raro insensible. Hasta cierto punto, es posible que viviera su vida como ese tipo de personaje, pero el *portfolio* de *Flash*, titulado en un principio *Andy Warhol's Tribute to John F. Kennedy*, da una muestra de la honestidad e intensidad con que podía responder a un tema trágico sin caer en la banalidad o la simpleza mental. Las dislocaciones y los vacíos entre las diversas imágenes y sus textos captan incluso en cierto sentido las brechas de información que la gente se encuentra en las «noticias de última hora» cuando busca la

verdad sobre el asesinato. Hay algo cinematográfico en esas serigrafías de Warhol, como si estuviéramos viendo fotogramas de las imágenes que Abraham Zapruder grabó del atentado y siguiéramos pensando que falta algo. (Acababa de publicarse un libro ambicioso y muy comentado sobre el cine que los emparejaba a ambos como cineastas).

Como de costumbre, Warhol, que lo absorbía todo, se había inspirado en el trabajo de otra persona para *Flash: November 22, 1963*: su héroe universitario Ben Shahn, quien unos años antes había publicado un libro en edición de lujo llamado *November Twenty Six Nineteen Hundred Sixty Three* (que fue el día en que los periódicos publicaron las noticias del funeral de J. F. K.). Shahn había emparejado páginas de un poema conmemorativo con una serie de grabados igualmente poéticos, pero en el viejo sentido, eran opacos, sobrecargados y poco informativos: un bosque oscuro; un cuervo; un caballo negro sin bridas.

El proyecto Kennedy de Warhol tiene un precedente aún más inmediato en una exposición celebrada en Nueva York titulada «Dallas, 22 de noviembre de 1963», que reunió una serie de imágenes de J. F. K. creadas por el famoso grabador Antonio Frasconi. Su enfoque era un poco más documental que el de Shahn, pero adolecía de la mayoría de los mismos defectos. Las imágenes eran oscuras, con su dosis estándar de sombreado expresionista, y un crítico de Nueva York dijo que en ellas «resuena la incredulidad, el dolor y la tristeza que sentían millones de personas». Curiosamente, también insistía en la deuda que la serie mantenía con la obra de Warhol, a pesar de que este nunca creyó en una «resonancia» simplista. No es posible que a nuestro artista le pasara por alto esa extraña referencia y, competitivo como era, usó su *Flash* para demostrar cómo debía haber sido conmemorado de verdad aquel día en Dallas en una obra de arte moderno que fuera digna de ese nombre.

Warhol siguió experimentando con las ediciones de estampaciones, pero *Flash* resultó excepcional por su influencia y su capacidad de innovación. En verano de 1967, mientras trabajaba en aquella serie de J. F. K. para Racolin, lanzó también su propia Factory Additions, un proyecto propio de impresión dedicado a producir repeticiones vendibles de sus primeros temas pop, y que permaneció bajo el control de Warhol. (Hasta nosotros ha llegado un cuaderno entero en el que el artista registra las copias que firmó y para quién. Castelli aparece en la lista como uno de estos «clientes», aparentemente sin más derecho a recibir una copia que cualquier otra persona; Sonnabend se quejó de que no había sabido nada de las ediciones de Warhol). Para el primer proyecto de Factory Additions, pagaron a una empresa de serigrafía comercial a fin de que tirara dos mil quinientas copias de la clásica imagen de Marilyn que nuestro artista había producido cinco años

antes, pero en una versión muy ampliada y encuadernada en *portfolios* que reunían la lámina firmada en diez combinaciones de colores diferentes: de magenta sobre azul a rosa sobre verde oliva. Su atractivo visual psicodélico y cercano al op art tenía la desventaja de hacer que pareciera que Warhol había abandonado sus raíces duchampianas y antirretinianas. Ese detalle les venía bien a algunos sectores del mundo del arte que siempre habían deseado vincularlo con valores más seguros, más tradicionales y menos conceptuales, empleando, para elogiarlo, conceptos visuales anticuados: en términos de su sentido del color, la composición o la técnica de la obra. Pero si bien es cierto que esa clase de elogios parecen apropiados para las láminas de *Marilyn*, también tenemos indicios de que Warhol podría haber estado haciendo de agente doble: dado que, en realidad, las combinaciones de colores no las elegía él, eso le permitía jugar con algunas ideas sofisticadas sobre el final de la autoría al tiempo que contribuían a que las imágenes se vendieran. Y cualquiera que esté dispuesto a mirar con atención verá que algunas de las estampaciones nos muestran al Warhol más radical. En una imagen, un error deliberado de registro de color le da a Marilyn un bigote rosado y «la estremecedora nota aguda como el grito de una pesadilla», tal como escribió un crítico de Londres la primera vez que vio la impresión. En otra de las imágenes, impresa a partir de un negativo, la cara de la actriz está a punto de explotar. En una tercera, realizada en macabros tonos de negro y gris, parece un Béla Lugosi travestido. No está nada mal para un adorador del glamur de las estrellas como era Warhol. El *portfolio* de *Marilyn*, que se publicó casi exactamente cinco años después de la muerte de la estrella, parece tanto un comentario sobre sus trastornos como sobre sus éxitos. «Son imágenes de una nada que resulta más conmovedora aún que la desesperación —escribió el mismo londinense—. Con ellas el glamur queda muy lejos de sus sueños del instituto».

A principios de 1967, el editor de una revista de arte predijo que los elegantes cuadros de las galerías serían sustituidos por un «arte de producción masiva, fabricado por máquinas como en una cadena de montaje: como las *Latas de sopa Campbell's* de Andy Warhol», destinado a venderse directamente al ciudadano medio. Con Factory Additions, nuestro artista estaba haciendo todo lo posible para materializar dicha predicción, aunque el precio de sus estampaciones era más bien para un ciudadano no del todo medio y da la casualidad de que no empezó a imprimir tiradas masivas de las imágenes de la sopa hasta 1968. Es posible que la repetición y la falta de novedad de la mayoría de las ediciones impresas de Warhol deba entenderse como una de sus virtudes o, al menos, como uno de sus temas: las láminas eran un material «de cadena de montaje» —el equivalente en el

mundo del arte a las latas de sopa— y, por tanto, podían contarse como otra mercancía más sobre la que Warhol creando obras de arte. Estas láminas ponían un espejo delante del irreflexivo consumo de masas con el que Warhol se estaba topando entre los coleccionistas de Estados Unidos. Como un periodista comentó maravillado y contrariado, «en cuanto artista creativo es original en el sentido de que evita tanto lo original como lo creativo», y ya en 1962 el propio Warhol se había preguntado: «¿Por qué debería ser original? ¿Por qué no puedo ser no original?».

No hay duda de que la intención de Warhol al producir láminas como churros era ganar dinero. Pero eso no le resta mérito a su genio, pues este se había alimentado siempre de la forma de consumir de los estadounidenses. Se podría afirmar incluso que las repeticiones de Marilyn y de las latas de sopa (supuestamente unas obras agotadas) fueron, en tanto que presagiaban la posmodernidad de los ochenta, más importantes aún que *Flash* como el último intento de innovar en el arte moderno.

Puede que sea cierto que la mayoría de las obras que Warhol creó en 1967 fueron versiones de creaciones que había hecho años antes, pero también tenía en marcha un proyecto importante y emocionante que, además, le estaba mereciendo más atención pública que nunca: la escultura viviente llamada Andy Warhol. Aquel personaje era un trabajo en constante transformación que corría el riesgo de desaparecer en cuanto su autor dejara de atenderlo, como un dibujo en tinta invisible que necesita estar empapado para verse.

El perfil público que Warhol se había creado no le exigía producir importantes obras nuevas; dada la fama que había acumulado ya, solo necesitaba hacer las suficientes, y darles la suficiente visibilidad pública, como para que se le siguiera reconociendo como «Andy Warhol, el artista». Sus últimos objetos de arte, y posiblemente hasta algunas de sus películas, se estaban convirtiendo más bien en utilería del continuo espectáculo que era su persona, y ya no tenían importancia como obras independientes creadas por su imaginación. Al utilizarlas sobre todo para pagar sus facturas, Warhol estaba, incluso, anunciando un papel que llegaría a perfeccionar en la década siguiente, como pionero de lo que él llamó «arte negocio», un paso más que el «arte comercial».

A principios de 1967, parecía que el éxito de *The Chelsea Girls* iba a ser la clave que permitiera a Warhol alcanzar una mayor fama (e infamia), además de proporcionarle un mayor caudal de fondos vitales. En Nueva York, se había estado proyectando de cine en cine hasta junio, un total de casi cuatrocientas veces. Eso hizo de ella, con

mucho, la película *underground* más vista de la época, tal vez de la historia. En aquellos primeros seis meses del año, Warhol ganó veinticinco mil dólares, nueve mil de los cuales fueron por la venta de los derechos al territorio británico. La cifra no era en absoluto el «millón de dólares» del que habló un periódico, pero tampoco estaba mal, aunque seguía sin superar lo que, una década antes, habría ingresado en seis meses con sus dibujos de *blotted line*.

A medida que *The Chelsea Girls* despegaba por todo el país, Warhol la siguió subido en su estela, tanto a las salas grandes como a las pequeñas.

En enero, una librería de Nueva York anunció que «AW y *The Chelsea Girls* serán los encargados de sacar los nombres de los ganadores del sorteo literario de Marlboro». Se pregunta uno qué «chicas» eligió Warhol para hacerlo y por qué accedió a hacer algo así.

A finales de marzo, se presentó al estreno de la película en Los Ángeles con siete acólitos, su amado Rod La Rod entre ellos. Se proyectó en la sala insignia de lo que un crítico definió como «la primera cadena hippie», un lugar llamado Cinema Theater, redundancia que suena casi warholiana. Su marquesina rezaba «Imitación genuina: *The Chelsea Girls* de Warhol», pero el artista decidió no quedarse en el genuinamente falso hotel Gene Autry que le habían reservado los promotores. Prefirió la grandiosidad del antiguo Beverly Hills, donde había pasado una o dos noches libres cuando estuvo filmando a Taylor Mead como Tarzán.

En este tercer viaje a Los Ángeles, la ciudad difícilmente podría haberle dado a Warhol mejor bienvenida. Descubrió que Liz Taylor se estaba alojando también en el Beverly Hills y la invitó a su estreno de *The Chelsea Girls*. El evento recibió una cobertura total en los medios, desde los más masivos como NBC TV hasta los más elitistas como *Cinema Magazine* o la emisora de radio Pacifica, pasando por los alternativos como *Los Angeles Free Press*. De entre los críticos de cine de la ciudad, al menos un escéptico se convirtió a Warhol: pregonó que *The Chelsea Girls* era «una de las películas más inquietantes jamás filmadas […] un purgatorio moderno». (Otro crítico, totalmente en contra, habló, en cambio, del infierno de Dante). Pero si bien la película contribuyó a que Warhol recuperara su reputación original de creador del antiarte más duro —la reacción del público recuerda todavía aquellas horrorizadas críticas que sus *Latas de sopa* en la Ferus habían obtenido en Los Ángeles cinco años antes—, él mismo fue incapaz de abandonar su habitual camuflaje de hombre de mundo superficial. Habló con entusiasmo de las bellezas locales («aquí la gente es más limpia y bella que en ninguna otra parte») y de los placeres plásticos que proporcionaba una visita a Universal Studios («tanto dentro como fuera de aquel lugar, es muy difícil distinguir lo

que es real»).

Warhol invitó a un periodista a que los acompañara, a él y a su pandilla, en una interminable velada por la ciudad. Empezaron asistiendo a un concierto de rock de Iron Butterfly —que probablemente tocaron por primera vez en público «In-A-Gadda-Da-Vida»—, lo que confirmaba la asombrosa capacidad cultural al estilo de Zelig que tenía nuestro artista. Fueron después a una fiesta privada y, más tarde, a un festival para adolescentes donde «cientos de quinceañeros» podían disfrutar de bandas de rock, helados de plátano, unos puestos que vendían vestidos de papel y de todo un «descontrol psicodélico» con espectáculo de luces estroboscópicas incluido, que presentaba la West Coast Pop Art Experimental Band, una nueva banda que no tenía problema en conceder a Warhol todo el mérito por sus ideas. La maratón nocturna acabó en un club donde Susan Bottomly conoció a David Hemmings, el actor de la película *Blow-Up*, de Michelangelo Antonioni, en cuyo estreno en Nueva York se había podido fotografiar a Warhol y compañía unos meses antes. Hemmings se llevó a la superestrella de la Factory a casa «y pintó su cuerpo en una versión propia del estilo psicodélico que hoy es tan popular en los carteles», según un periodista, que, perceptiblemente, oculta cuál es la fuente de información tan privada.

Resulta algo extraño el hecho de que *The Chelsea Girls*, la obra más dura de Warhol, funcionara como una excusa para que este pudiera mostrar una personalidad pop un tanto boba que aún no había terminado de dar paso a la que mostraba en la trastienda de Max, que imponía más. Nuestro artista acompañó a la película en sus numerosos estrenos durante la gira y en todos ellos hizo la misma pantomima de ingenuo, respaldado por un elenco de personajes de la Factory en constante cambio. En un acto con la prensa que tuvo lugar en abril en Washington D. C., lo acompañaron solo cinco seguidores masculinos «de una inocencia de veras asombrosa», según un artículo. Cuando Warhol dijo que *The Chelsea Girls* se mostraba en dos pantallas, uno de los periodistas preguntó «¿Simultáneamente?», y nuestro artista, fingiendo ser idiota, le respondió: «No, al mismo tiempo». (Esa respuesta es digna de los Beatles). Cuando le preguntaron por su edad, Warhol pidió ayuda a Rod La Rod, quien respondió con un absurdo «veintiséis».

En San Francisco, donde *The Chelsea Girls* tuvo una «sugerente» recaudación de dieciséis mil dólares durante la semana de su estreno, a finales de agosto, Warhol apareció de nuevo vestido de cuero, igual que en Los Ángeles, pero, por lo demás, volvió a fingirse tímido en sus declaraciones. Como de costumbre, fue su séquito el que se hizo cargo de mostrar la degeneración creciente de la Factory. Allí estuvieron Nico y Ultra Violet en representación de la población femenina del

estudio, que de vez en cuando soltaban alguna ocurrencia provocadora, pero el que habló la mayor parte del tiempo fue Paul Morrissey. No dudó en expresar su disgusto por la cultura reblandecida y empapada de LSD del mundillo hippie, así como en elogiar la cultura más dura del *speed* y los puños: «Habría mucho que decir en contra de San Francisco y su gente amorosa, y mucho más que decir a favor de los duros degenerados de Nueva York». Es decir, la Factory de Warhol fue más un adelanto del punk de los setenta que un miembro de la cultura sesentera del verano del amor. En San Francisco, los neoyorquinos de la Factory se comportaron a la altura de su degenerada imagen cuando desataron en su hotel todo un «pandemonio»; consumieron grandes cantidades de fármacos y corrieron desnudos por los pasillos.

La aparición más prestigiosa que consiguió Warhol gracias a *The Chelsea Girls* fue la invitación a que mostrara la película en la sección de nuevos directores del Festival de Cine de Cannes en mayo de 1967. Por alguna razón, no participó en la sección oficial, propiamente dicha, pero sí apareció al menos como una de las proyecciones fuera de concurso. Allí, nuestro artista fue acompañado por un grupo bastante grande: Malanga, Morrissey, Nico, Rod La Rod, Susan Bottomly y otro montón de gente, hasta Eric Emerson, cuyas demandas no debieron parecerle para tanto a Warhol. «No podía permitirme pagarles por su trabajo en *The Chelsea Girls*, así que les he pagado con el viaje», explicó este, mientras estaban aún de viaje. A algunos de los actores les hizo firmar documentos de renuncia en los que reconocían que la financiación de sus viajes equivalía a una tarifa de mil dólares.

Recibir aquella invitación había sido emocionante, pero cuando Warhol y sus «jóvenes» se presentaron para una entrevista en el hotel más grandioso de la famosa Croisette de Cannes —mil años tarde, como siempre—, estaban hundidos. Parece que los mandamases del festival habían encontrado toda clase de excusas para no proyectar *The Chelsea Girls*, después de todo, a pesar de que se había anunciado que aquel año el festival trataba los temas distintivamente warholianos del «sexo insensible» y la «alienación de personajes». Malanga, vestido de un muy hippie terciopelo verde para la entrevista, afirmó que las partes sucias de la película habían asustado a los organizadores del festival, porque ya se habían visto afectados por un escándalo relacionado con algunas frases obscenas de una cinta rodada sobre el *Ulises* de James Joyce. Por un momento, Warhol abandonó su pose impasible y se regodeó en su enfado: dijo que todas sus películas eran «basura… porque la vida es basura», y luego cargó contra los potentados de Cannes: «Son tan viejos que deberían dedicarse a llevar una tienda de comestibles […]. Antes, la gente se

dormía en mis películas. O eso, o se marchaban del cine. Pero *The Chelsea Girls* los está haciendo llenar los cines. ¿Por qué? Porque es sucia».

El artículo escrito tras Cannes resulta igual de revelador tanto por lo que omite como por las noticias que da: en primavera de 1967, el periodista no sintió ninguna necesidad de incluir explicación alguna sobre quién podría ser ese «Andy Warhol» del que estaba escribiendo, ni de por qué era merecedor de que se escribiera un artículo sobre él.

La ventaja, donde las haya, de que se cancelara la proyección en Cannes fue que dejó a la pandilla de la Factory mucho tiempo libre para disfrutar de la buena vida en la Costa Azul. Nico, al volante, los llevó a todos los sitios pijos más cercanos en los que dejarse ver, y una de las veces casi los mata por el camino. En aquel viaje Warhol saboreó por primera vez el estilo de vida de la clase alta europea y, en las décadas siguientes, lo convirtió en un plato habitual de su dieta. Estaba especialmente encantado de haber podido cenar con Brigitte Bardot y su marido, «el heredero de los rodamientos», y le aseguró que había sido su primera elección como actriz de *Sleep*. «Ella es, de verdad, muy… muy adorable, realmente adorable», dijo Warhol tan pronto como estuvo de regreso en Nueva York. En Cannes, «invitó» a la pareja a una proyección privada de *The Chelsea Girls* en su habitación de hotel, que tenía un elaboradísimo papel de pared: «La proyectaremos simplemente sobre la pared —dijo—. Puede ser interesante».

Desde Cannes, Warhol viajó a París, donde volvió a codearse con los famosos, cenó otras dos veces con Bardot y asistió a un discurso de tres horas de Charles de Gaulle. Le gustó, a pesar de que aseguró que no había entendido una palabra: «Tenía mucho estilo y todo fue como genial», dijo Warhol, empleando unas palabras que podrían haber descrito sus próximas dos décadas de intermitente francofilia.

Después de la frustración de Cannes, Warhol obtuvo finalmente en París la satisfacción de ver un estreno en Francia de *The Chelsea Girls*. Se proyectó en el nuevo hogar de la Cinémathèque Française, meca de los cinéfilos del mundo. El acontecimiento atrajo a «una gran concurrencia de aficionados y críticos», según el artículo de *Variety*, y se salieron del cine solo una veintena de personas, cifra que mejoraba la de muchas proyecciones de Nueva York. Un periodista francés llegó a decir de la película que era «bella». Taylor Mead, que en esa época vivía en París, asistió a una proyección y fue testigo de cómo un montón de pintores franceses amigos suyos abandonaban el cine a la vez. Aquella conservadora reacción a *The Chelsea Girls* le hizo aceptar la invitación de Warhol para que volviera a Nueva York y la Factory.

La aparición más importante de nuestro artista en París fue en la tercera exposición individual de su obra, que acababa de inaugurar

Ileana Sonnabend. Allí pudo verse la serie de *Los trece hombres más buscados* por primera vez desde aquella breve aparición, un solo día, en la Exposición Universal de Nueva York tres años atrás, antes de que lo borraran con una capa de pintura plateada. (Para hacer las versiones que tenía Sonnabend, Warhol imprimió las pantallas originales del mural sobre lienzos).

Francia había tenido conocimiento por primera vez de la obra de Warhol a partir de *Muerte y desastres*, exposición a la que en 1964 se había referido en la Sonnabend como «Muerte en Estados Unidos», por lo que no es de extrañar que su última exposición lo catalogara como el persistente azote del estilo de vida estadounidense. Un periodista dijo que Warhol era «un maestro tanto del pop art como de la vida nocturna de Nueva York» —como si hiciera falta arrojar algo de luz sobre su obra para sacarla de la sombra de sus fiestas—, y afirmó que con sus cuadros de los *Más buscados* Warhol obligaba a sus coleccionistas burgueses a rendir pleitesía a una pandilla de enemigos públicos. Otro periodista, que hablaba de Warhol como de «un cineasta activista», aseguró que el Gobierno estadounidense había prohibido toda exhibición pública de aquellos cuadros, cosa que no era verdad y que, en todo caso, tenía más posibilidades de ocurrir en Francia que en Estados Unidos.

Los críticos parisinos más atrevidos veían a Warhol como el gran pintor de la vida moderna, es decir, el último de ellos, una gran tradición nacida en la Francia de Courbet y Manet:

> La belleza de hoy es violenta y su violencia es un mecanismo bien engrasado y afinado, servido por unas despiadadas computadoras que te ofrecen, con veinte años de adelanto, una promesa de guerra y de hambre, una muerte siempre renovada en su violencia. Para expresar el mundo moderno, Warhol emplea medios agresivos, directos y brutales, como la brutalidad de la vida misma. Utiliza las formas más extraordinarias e insidiosas de violencia, frialdad y verdades impersonales.

Para sus admiradores parisinos, *Los trece hombres más buscados* representaban «un acto de disensión, un despertar, una toma de conciencia», y todo ello ocurría tan solo un año antes de la famosa «revolución» que vivió París en mayo de 1968.

Como era de esperar, Sonnabend no lo tuvo fácil para vender la obra de aquella «ardua exposición», como la llamó la marchante en una carta a Warhol. Ni un solo cuadro cambió de manos en el transcurso de la propia muestra, decía, aparentemente respondiendo a una pregunta ansiosa del artista. Pasaron seis meses más hasta que los lienzos empezaron a encontrar nuevos hogares, sobre todo entre los coleccionistas alemanes, que a menudo han sentido cierto gusto por el Warhol más crítico. La exposición de París sí benefició a sus finanzas:

Sonnabend le ofreció un estipendio de mil dólares al mes, que se sumaban a los dos mil que estaba recibiendo ya de parte de Castelli. (Warhol le pidió que el cheque del primer pago estuviera a nombre de Billy Name, para que su contable no tuviera que declararlo en sus impuestos; su aversión por la Agencia Tributaria estadounidense no tenía límites). *Los trece hombres más buscados* cimentó también la reputación de Warhol en Europa como un artista serio cuya obra merecía enormemente la pena adquirir. Durante las dos décadas siguientes, tanto su reputación como sus ventas en el continente compensaron las que tenía en unos Estados Unidos que no terminaban de decidirse sobre su valor.

A Warhol siempre le gustaron las repeticiones y la sensación de familiaridad, por lo que no es de extrañar que se dirigiera a Londres después de París, igual que hiciera dos años antes, cuando viajó con Sedgwick, Malanga y Chuck Wein.

Un periodista se reunió con la cuadrilla el día antes de que tuvieran que partir de vuelta a Nueva York, cuando por algún motivo los acababan de echar de su hotel. Con el aspecto de «una soga flácida y polvorienta», un frustrado Warhol le habló de sus próximos planes para Londres: un concierto de la Velvet Underground (que nunca se celebró) y una exposición de su obra en la galería de Robert Fraser (que tampoco tuvo lugar). Ese fue el momento en el que dijo que vivía a base de «pastillas de Obetrol y café solo», y procedió a atiborrarse de chocolate, nueces y mazapán, «su dulce favorito». Protestó porque lo obligaran a tomar (y pagar) un taxi hasta un destino cercano al que él hubiera preferido ir caminando. Y se quejó de lo mucho que aborrecía viajar, desde aquel recorrido de «tres días» alrededor del mundo que había hecho diez años antes (cuando, en realidad, se pasó décadas vendiéndose a sí mismo y su obra por todo el mundo).

Cuando Warhol volvió a Estados Unidos, a finales de mayo de 1967, la Velvet seguía siendo parte de la escena de la Factory, pero mucho menos. Su disco, que había aparecido en marzo, había obtenido casi cero elogios y aun menos reproducciones en la radio. Ese mismo mes, después de que el salón polaco alquilara su sala a otro equipo, Warhol recibió el ofrecimiento de que la banda actuara en un viejo gimnasio. Nuestro artista dejó los plintos y las canastas de baloncesto donde estaban y anunció el cavernoso espacio como un club llamado Gymnasium. Pero la ubicación era pésima, estaba en el extremo este del Upper East Side; la acústica era atroz y el puñado de conciertos que dio la banda estuvieron en su mayoría medio vacíos. «Ni intentaban gustar a nadie ni intentaban tener un aspecto guay —contaría después un espectador—. Se subían ahí vestidos como fuera,

a veces de espaldas al público, sacando el sonido que querían. Ningún talento escénico». Algunas «noches de fiesta» oficiales salieron bien y atrajeron a toda Nueva York, pero ya a las pocas semanas del lanzamiento del Gymnasium, una columna de chismorreos anunciaba que su «glamur de suciedad, sudor y gente guapa está acabado, muerto, sepultado»; con ella se probaba, sobre todo, que no había nada en la vida de Warhol, por mínimo que fuera, que escapara a los ojos de los observadores del famoseo.

Cuando nuestro artista viajó a Francia, la banda se enfadó porque Nico, Gerard y los otros figurones de su espectáculo fueron invitados a ir con él mientras que los músicos se quedaron en casa, con lo que perdían la oportunidad de tocar en Europa. (En Londres, Warhol estuvo intercambiando impresiones con el mánager de los Beatles, Brian Epstein). Tras más de un año trabajando con el artista, contaría luego Cale, «la Velvet Underground había dejado de ser el proyecto número uno en su lista de prioridades». Malanga recordaba que a Warhol llegó a aburrirle verdaderamente tener que atender todas las necesidades de la banda, tanto materiales como emocionales. El artista daba valor al aburrimiento solo en el arte, en la vida no.

Casi tan pronto como Warhol y su pandilla de impresentables habituales volvieron de Londres, algunos de ellos fueron a ver un concierto que daba la Velvet en Boston, y se encontraron con que Lou Reed se negaba a aparecer en el escenario con Nico, a quien había «descubierto» Warhol y cuya presencia siempre le había molestado. Cale tuvo la sensación de que este rechazo era «un corte simbólico del cordón umbilical con Warhol», y la aparición final de la Velvet Underground como banda de la casa warholiana se produjo no mucho después, en lo que resultó ser uno de sus más prestigiosos trabajos.

El 3 de junio, la banda dio un concierto de recaudación de fondos para la compañía de danza de Merce Cunningham, un «evento campestre» organizado por el importantísimo arquitecto y mecenas de Warhol, Philip Johnson. La Velvet actuó en la famosa Casa de Cristal de Johnson, en Connecticut, compartiendo cartel con el propio Cunningham y con su héroe, John Cage, que llevaba una composición para «globos, limpiaparabrisas y correas de ventilador». El público estaba formado por unas cuatrocientos personas pertenecientes a la élite del mundillo cultural de Nueva York, que paseaban por los jardines sirviéndose vino de las barricas. Curiosamente, la Velvet tomó la decisión de romper con Warhol en la misma limusina que los condujo de vuelta a casa tras el gran éxito que les acababa de conseguir.

La tensión llevaba un tiempo acumulándose, Lou Reed había empezado a llamar «Drella» a Warhol a la cara, y finalmente «despidió» a su artista mánager durante una charla que mantuvieron

sobre las posibilidades de futuro de la banda. «Nunca había visto a Andy enojado, pero ese día sí lo vi —dijo Reed—. Estaba enfadadísimo. Me llamó "rata". Eso fue lo peor que se le ocurrió».

En julio, la ruptura se hizo oficial legalmente, aunque todavía en diciembre Malanga seguía escribiendo a Warhol para hablarle de conciertos europeos que podían conseguir a la Velvet, como si la relación no hubiera cambiado mucho, y hay indicios de que nuestro artista y la banda mantuvieron un contacto ocasional hasta finales de la década de los sesenta. Años más tarde, a Lou Reed no le importó decir de Warhol que era «una muy muy buena persona, una persona muy buena, muy honesta y con un talento enorme».

El comprometido cineasta.

33
1967

FOUR STARS, VEINTICINCO HORAS DE PELÍCULA | *A: A NOVEL*, VEINTICUATRO HORAS DE CONVERSACIÓN | *ANDY WARHOL ' S INDEX (BOOK)* | UNA GIRA DE FALSAS CONFERENCIAS | SALIDA DE GERARD MALANGA | CIERRE DE LA SILVER FACTORY

«Andy pensó que estaría bien inventar a otra persona que lo sustituyera […]. Alguien que fuera un poco más hablador y un poco más apuesto».

Era la más pequeña de las salas de cine, una cueva en el sótano del gran edificio Wurlitzer, en Times Square. El fabricante de órganos musicales había diseñado la sala como una vitrina para sus instrumentos, enmarcándolos en un espacio en el que hasta doscientos posibles compradores podían relajarse entre los dorados ornamentales y la falsa pompa romana. La noche del 15 de diciembre de 1967, cuando ya hacía tiempo que los órganos habían desaparecido y los ornamentos ornamentaban ya poco, el pequeño cine decadente, entonces en manos de Jonas Mekas, recibió a Warhol y su equipo para lo que sabían que sería una larga noche. Y, después, un largo día. Y, luego, este se alargaría un poco más la noche siguiente. Habían acudido a ver el estreno —que era también la última proyección— de la obra maestra de la Factory de aquel año: una película que duraba de anochecer a anochecer, compuesta por la gran cantidad de escenas, anécdotas e historias que Warhol llevaba grabando en cinta los últimos diez o doce meses, y que había empalmado a tontas y a locas en una gran epopeya. «Era una especie de menestra —dijo una de las jóvenes que protagonizó alguna de las cintas—. ¿Quién sabe qué podría terminar saliendo en esa película?».

Después de llevar meses publicitando la nueva antología con títulos como *Vibrations, Since, Sins* (descrito este como «todo sobre el amor»), *24 Hours* y, luego, *25 Hours Since*, en diciembre, Warhol se había decidido finalmente por *Four Stars*, escrito así: ****, con lo que otorgaba directamente a la película la calificación más alta que puede dar un crítico, antes de que la viera cualquiera siquiera.

A principios de 1966, el gran cine del Wurlitzer había sido escenario del lanzamiento de la Velvet Underground en el mundo del arte y

después, en otoño, del estreno de *The Chelsea Girls* antes de que saliera a conquistar el país. Es probable que el proyecto de la nueva película se inspirara en el atractivo que había ejercido su predecesora entre las masas. Pero desde el principio, solo unos pocos meses después de que *The Chelsea Girls* empezara a despegar, Warhol había imaginado ya para su nueva compilación unos retos que superaban a los de la anterior: en lugar de ocho horas de metraje proyectado en dos pantallas, la nueva antología se extendería durante las veinticuatro horas de un día, o mejor, solo por ser irritante, una hora más. Emplearía unos ochenta rollos de película de media hora, que se proyectarían de forma que hasta tres imágenes se superpusieran a la vez en la única pantalla del cine, y las bandas sonoras se acoplarían también a menudo. A Henry Geldzahler y John de Menil, un nuevo mecenas tejano de Warhol, se les ocurrió la improbable idea de que todo el delirio de *Four Stars* se estrenara en el augusto Metropolitan Museum of Art. «¿No sería genial?», le escribió De Menil al director del museo. Este, claramente, no lo veía así.

La noche del estreno en el edificio Wurlitzer, Warhol y Paul Morrissey estuvieron en la cabina de proyección, improvisando el orden de las cintas, como cuando lanzaron *The Chelsea Girls*. Sin embargo, esta vez no confiaron del todo en el azar: se aseguraron de que se viera primero el mejor material y las «cosas más horribles y aburridas» durante la madrugada, dijo Warhol, cuando imaginaban que el público estaría medio dormido. El proyeccionista que habían contratado esa noche contaba que varias de las superestrellas irrumpieron en su cabina para exigir que las cintas en las que aparecían se proyectaran en horario de máxima audiencia, y que tenía que ir echándolas de allí.

Un fan adolescente de Warhol no llegó hasta la hora de desayunar, cuando se estaban proyectando las peores cintas, pero se quedó encantado con lo que vio y siguió allí las doce horas siguientes: «Todos los que aparecían en la película eran superinteresantes, todos tenían un aspecto interesantísimo y todo lo que decían era simplemente rarísimo —dijo—. ¡Brutal! O sea, una película en color encima de una película en blanco y negro o una película en blanco y negro encima de una película en color. Es decir, es tan fantástico..., parecen fenómenos paranormales sobre fenómenos paranormales, en distintos colores y patrones y divisiones intrincadas». Según dijo un espectador más objetivo: «Parece una compilación aleatoria de todo lo que se ha filmado durante el último año. Vi trece horas y salí de allí tambaleándome, exhausto hasta casi la alucinación: alrededor veía paisajes cubiertos de nieve, aunque el clima era templado y el aire límpido».

En los anuncios que se imprimieron, las cuatro estrellas del título

aparecían enormes y entrecomilladas, como si fueran la cita de un crítico al que la película le había parecido fascinante. Los críticos de verdad se mostraron en general mucho menos entusiastas, aunque la mayoría de ellos vieron tan solo el resumen, de cien minutos, que sustituyó a la versión completa. Un reportero de *Variety* afirmó que, mientras que *The Chelsea Girls* podría verse al menos como «una visión del infierno», la nueva compilación parecía únicamente «metraje aleatorio sin ningún marco narrativo ni temático», lo que en realidad era una descripción bastante precisa, pero también el obvio objetivo de Warhol. Su último proyecto llegaba en un momento del arte y la cultura estadounidenses, y también de su vida, en el que la incoherencia parecía ser la opción más interesante y honesta. Y *Four Stars* rebosaba incoherencia.

«¿Cuál sería su respuesta a un crítico o una persona que fuera a ver una de sus películas y se limitara a describirla como "estupideces, tonterías trilladas, un aburrimiento, etcétera"?», le preguntó un presentador de televisión. «Uh, eso es justo lo que nos parece a nosotros que es», respondió Warhol, tal vez tomándose todos aquellos insultos como un elogio.

Algunas de las bobinas de *Four Stars* parecen haber sido pensadas como películas independientes, aisladas, y que después se metieron en el compendio sin tener en cuenta cómo podrían encajar.

La cinta *Loves of Ondine* sigue al gay adicto al *speed* favorito de la Factory mientras intenta ligar con distintas mujeres, con frases tan seductoras como: «No eres solo un maldito aburrimiento, eres un maldito aburrimiento y tonta», y «Te encuentro físicamente atractiva. Tu teta izquierda me ha dejado boquiabierto por completo». Los insultos de Ondine habían proporcionado algunos de los momentos más emocionantes y populares en *The Chelsea Girls*, por lo que es fácil ver por qué Warhol quiso recurrir de nuevo a él al compilar *Four Stars*. «Ondine era brillante, mordaz y muy divertido», cuenta Susan Pile, la «pequeña secretaria» de Malanga, que decía que Ondine era su mejor amigo en la Factory. Durante un tiempo vivió con él en un delirante loft repleto de adictos a las anfetaminas: la inocente estudiante de Barnard dormida entre todos ellos en una cama colgante «como Blancanieves rodeada de drogatas», decía.

La película blasfema llamada *Imitation of Christ* fue rodada a principios de 1967 y estaba pensada inicialmente como una recreación de treinta y un días de la vida de Jesús, pero acabó siendo un absurdo drama familiar en el que Brigid Berlin y Ondine interpretan a una madre y un padre mal avenidos con un hijo disfuncional. (Quizá eso lo convierte en la vida de Jesús, después de todo). Esa cinta también se incluyó en *Four Stars*, y constituía ocho horas enteras de su metraje, aunque no del tiempo de proyección, dado que las cintas podrían

pasarse unas encima de las otras.

Las otras decenas de rollos de metraje que componían la antología mostraban en su mayoría anécdotas singulares de la vida de las superestrellas. Se podría decir que *Four Stars* funcionaba como una grabación de momentos estelares de la Factory en la que se hubieran dejado también los momentos menos estelares y los nada estelares. El título *Gerard Has His Hair Removed with Nair* [«Gerard se depila con Nair»] habla por sí solo (pero también dice mucho de la falta de vello corporal de Warhol, según su pareja John Giorno, y de la depilación que Marcel Duchamp exigía a sus modelos y amantes). En *Allen and Dickin* aparecen dos hombres en la cama hablando sobre el LSD, el budismo y el amor. Según la descripción del episodio de *Four Stars* llamado *High Ashbury*, que está rodado en una «casa hippie» de San Francisco, este presenta imágenes en las que «la gente se sienta en el suelo, fuma marihuana y escucha música rock. Hay un bebé que tiene mucho protagonismo y también aparece su cuna. Hay una persona tocando un instrumento de viento y se le une un batería».

Pocos años después del estreno de *Four Stars*, el American Film Institute elaboró una deliciosa lista de palabras clave relacionadas con la película, que quizá sean la mejor descripción de la misma:

> Sirvientas. Vagabundos. Jueces. Autoestopistas. Hippies. Niños. Sexualidad. Homosexualidad masculina. Paternidad. Violación. Muerte. Viajes. Costumbres de higiene. Budismo. Religión. Películas. LSD. Muelles. Playas. Marihuana. San Francisco. Sausalito. Long Island. «Imitación de Cristo».

Para los residentes de la Factory que vieron la película aquella noche (y aquel día y la noche siguiente) de diciembre «era como ver tus vacaciones de verano o tu anuario en una pantalla», según Pile. Como estudiante en Barnard, tenía toque de queda, así que vio las primeras horas de la película, regresó a la parte alta de la ciudad para dormir y volvió a unirse a ellos por la mañana, cuando se encontró que seguían allí un buen número de las mismas personas.

Al principio, Warhol había afirmado que había soñado con *Four Stars* al poner en marcha una distribuidora, lo que da la impresión de que el proyecto tenía raíces comerciales. En Cannes, cuando anunció que estaba trabajando en esa pieza, habló de cortarla «en ocho fragmentos rápidos [para] que pague más gente y con más frecuencia», como siempre, jugando a parecer un vendido cuando en realidad estaba sacando material que no había forma de vender. La película de veinticuatro horas contó con alguna ayuda económica por parte de Bob y Ethel Scull, los coleccionistas de siempre de Warhol, pero aun con eso, *Four Stars* se fundió los treinta mil dólares de ganancias que había ingresado con *The Chelsea Girls*, aseguraba Warhol.

Incluso los chavales universitarios se quedaron tan perplejos con *Four Stars* como cualquier vejestorio: «Señor Warhol, ¿una película así tiene algún propósito?», quiso saber un estudiante en una sesión de preguntas y respuestas, a lo que Warhol contestó: «Nos divertimos haciéndola».

Paul Morrissey reconoció que *Four Stars* era demasiado difícil de proyectar y demasiado exigente con sus espectadores para tener futuro. Lo mejor que podía esperar la Factory, según dijo, era que alguien tuviera interés en lanzar su banda sonora: «Podrías dejarla puesta dos o tres horas cada noche, como si leyeras una gran novela». No es el escenario más probable.

Incluso *Loves of Ondine*, aunque tenía un título prometedor y algunos fragmentos de trama, acababa pareciendo «un montón de metraje aleatorio», según un crítico, y algunas de sus escenas eran casi imposibles de ver. Ese verano, por ejemplo, Warhol había pedido prestada una casa de campo en Long Island para usarla como escenario en algunas de las cintas de aquel episodio. Invitó a una banda de rock anticastrista, los Banana Cuban Boys, y a un buen número de jóvenes drogados —«una camarilla de bobalicones», como los llamó una testigo de todo aquello— y luego filmó el caos resultante. El menos pernicioso de los desmadres de aquel fin de semana fue una enorme y repugnante batalla de comida devenida en orgía: «Se lanzaban montones de espaguetis, arroz, crema agria y salsa de tomate por toda la casa —según contaba la noticia de un periódico local—. Dos de los actores se escondieron en los baños, aterrorizados».

Al tiempo que Ondine desfilaba con ropa de mujer, unos jóvenes heterosexuales estuvieron a punto de pegarse al disputarse el derecho de acceso a una de las chicas de aquel fin de semana. Hay unas fotografías que muestran la destrucción total de la casa —hasta se taló un árbol del terreno—, mientras Warhol observaba. Pero a pesar del caos en el que el artista estaba sumido, impresionó a un fotógrafo que llegó de visita con una conversación seria e inteligente acerca de la obra que estaba creando, de las habilidades que requería e incluso acerca de la política cultural de América Latina.

La visión extraña y singular de Warhol sobre su nuevo metraje era que seguía estando «vacío, vacío, vacío; es demasiado bonito, demasiado planeado». Para ser de verdad artístico, su obra tenía que ser aún más cruda, si es que eso era posible. Solo entonces podría ser verdaderamente moderna, dijo, al estar verdaderamente vacía de sentimiento.

Four Stars no era la única obra de arte de un día entero de duración que Warhol tenía en marcha en 1967. Estaba metido en una extensa

novela de veinticuatro horas basada en el montón de cintas que grabó de Ondine un día de verano de 1965, cuando Norelco le regaló uno de sus productos más novedosos: una grabadora de casetes. El resultado es tan implacable como todo lo que hizo siempre Warhol. En comparación, las chirriantes guitarras de la Velvet Underground parecen dulces trinos de pajarillos. Hasta ver *Four Stars* es más fácil, aunque solo sea porque el ejercicio de mirar una obra interminable exige menos trabajo que el de la lectura sin fin. «Realismo. Estamos llevando el realismo hasta su extremo —explicó Paul Morrissey, poco antes del lanzamiento de la novela—. La ficción está muerta […]. La novela de Andy hace lo mismo que sus películas: registrar la realidad todo el rato».

En un principio, un sensato Warhol se refería a su nuevo libro por el título de *24 Hours*, al menos mientras ese siguió siendo el nombre de su proyecto cinematográfico. Después, la novela se denominó *Cock* y luego, *My Epica* (título que era un insólito guiño a *Mi Ántonia*, la novela de frontera escrita por Willa Cather, la antigua hija de Pittsburgh cuyo cuento «El caso de Paul» fue la inspiración de aquel cuadro cubierto de rojo sangre que hizo Warhol en sus años de estudiante). En otro momento, el título del libro fue *24 Hours of Amphetamine* y, después, *Loves of Ondine* —otro vínculo con *Four Stars* —, antes de llamarse definitivamente como *a*, sin más, la primera letra del alfabeto, en minúscula. (En aras de la claridad, y en contra del deseo de Warhol, el editor la publicó como: *a: a novel*, como si el subtítulo fuera a ser más apaciguador para los lectores). Es posible que algunos enterados siguieran viendo la referencia de esa «a» a las anfetaminas y a los adictos como Ondine; por lo que parece, Warhol y él iban aceleradísimos a base de pastillas de cincuenta miligramos de Obetrol mientras grababan.

El título podría leerse también como la declaración más minimalista sobre las posibilidades de la escritura: esa primera letra podría representar todas las que emplea un autor, del mismo modo en que los espacios «vacíos» monocolor de Warhol representaban todo aquello que pudiera pintarse sobre lienzo. (También existieron, brevemente, planes de escribir más libros, que llamaría *b*, *c*, etcétera). O tal vez podríamos leer el título tan solo como el artículo indefinido «una»: el libro era «una» novela, sin adjudicarle ninguna otra descripción más allá de eso. La creación *24 Hours* era un ejemplar genérico de toda la forma literaria, es decir, estaba destinado a representar todas las demás novelas posibles, de la misma manera que los supermercados habían comenzado a vender productos genéricos que podían sustituir las marcas más singulares y ambiciosas: «una» sopa, en lugar de la sopa Campbell's, o «una» cola en vez de Coca-Cola o Pepsi. (Uno de sus estudiosos ha afirmado que los cuadros de la Coca-Cola y la sopa

Campbell's de Warhol aparecieron justo en el mismo momento en el que los productos genéricos empezaron a amenazar a dichas marcas).

En marzo de 1967, Warhol consiguió que Ondine renunciara a sus derechos sobre el libro (por la principesca suma de doscientos cincuenta dólares más el 1 por ciento de los derechos de autor), y más tarde, en mayo, el abogado de la Factory discutía los detalles de un acuerdo con Grove Press, una de las editoriales más audaces de Nueva York, para publicar el libro. El otoño anterior, uno de sus editores había leído el primer borrador presentado por Warhol y, aunque lo aborreció, apoyó su publicación: «Recomiendo a regañadientes, supongo, que Grove Press demuestre que es la editorial del año con la publicación de este pedazo escandalosamente mecánico de la vida de vanguardia».

Según el contrato, Warhol debía enviar el texto terminado a finales de junio, una apuesta segura, pues tampoco había mucha «escritura» que hacer más allá de la transcripción de las cintas. Además, ese trabajo ya llevaba un tiempo en marcha, gracias a la labor de un trío de adolescentes contratadas para ello y de algunos de los habituales de la Factory como Susan Pile, Pat Hackett e, incluso, Moe Tucker al final, cuando su relación con la Velvet comenzó a marchitarse. Esta, que cobraba una tarifa semanal y además tenía pagadas la comida y la bebida en Max's Kansas City, era bastante puritana, iba a misa, y se oponía a veces al lenguaje de la grabación:

> Iba a la Factory todos los días, me sentaba con la grabadora y los auriculares, y comenzaba a transcribir cosas, y al cabo de uno o dos días, venía Paul Morrissey y miraba cómo iba. Empieza a leerlo; lo que yo hacía era ir dejando espacios en blanco donde había palabrotas. Por ejemplo, cuando decía «joder», que para mí en aquellos días era un horror, dejaba cuatro espacios. Paul me dijo: «Pero ¿qué estás haciendo?». Y yo le dije: «Sabes que no me gusta ese tipo de lenguaje, así que no voy a escribirlo». Y lo siguiente es que Andy se acerca, se sienta en el escritorio y me dice: «Pero, Moe, no estás escribiendo las palabrotas». Y le digo: «No quiero hacerlo. Si no quieres que siga, no pasa nada». «Oh, no, está bien. ¿Podrías poner aunque sea la primera letra?». Y le dije: «No, no, porque eso te ayudaría». Y: «Bueno, está bien», y se fue. Y ahí se acabó aquello.

De hecho, Warhol gestionó la aprensión de Tucker menos como un obstáculo que como una inspiración. Una académica muy astuta llamada Lucy Mulroney ha demostrado que el libro final incorpora todo tipo de marcas de censura —filas enteras de X que tachan determinados pasajes; otros marcados incluso como «censurado»—, que se añadieron al final del proceso de edición y que, en realidad, no cortan nada que pueda escucharse en las cintas. Eran falsa censura, destinada a hacer que el libro pareciera más jugoso de lo que realmente era. Así lo emparejaban con otras famosas novelas escandalosas de Grove Press que sí habían sido censuradas en

realidad, como *El amante de Lady Chatterley*.

Aunque Ondine y sus amigos tienen un montón de conversaciones gais y obscenas en el libro, puede que su malicia necesitara ser recalcada un poco, dado lo difícil que resulta distinguir cualquier clase de contenido en el caos de las transcripciones sin corregir y mal mecanografiadas de unas cintas mal grabadas.

> Humm, eeh.
> Bueno. Eeh, CÓMO SER UN HOMOSEXUAL PROFESIONAL o cómo ser un buen maricón. Es difícil. xxxxx Va a ser un trabajo difícil porque tú, obviamente, tú empiezas tarde. Creo que tengo alguna idea, Drella.
> ¿Qué es… nosotros te lo explicaré todo.
> Vale, ven aquí. ¿Qué rayos es esto? ¿Lo sujetas? No esto. (Drella dice algo de fondo).
> Vale.
> D *de fondo*: Bueno vale.
> xxxxxxxxxxxxxxx ¿Estos de quién son?
> (S) No lo sé.
> Es la perfección.
> Quizá de Rink.
> ¿Alguna vez has visto algo más perfecto? ¿Qué tipo de almohada es esta? Fumamos un cigarro.
> ¿Esto está enchufado?
> Ah, no, pero igual podemos.
> Supongo que está enchufado. Está funcionando. Acabamos de ver a Wee Carter-Pell y Bedroom Billy y a alguien más en, eeh, Stark's y, eeh…

Toda esta falta de coherencia no es solamente un subproducto debido a que Warhol se negara a intervenir las transcripciones, como si quisiera que afloraran la honestidad y la franqueza del proceso. En realidad, Warhol hizo que las transcripciones fueran menos inteligibles de lo que eran originalmente, reemplazando los nombres verdaderos de la mayoría de los hablantes con pseudónimos extraños y, a veces, poniendo las palabras de uno en boca de otro. La aparente crudeza realista del libro era en realidad producto de un cálculo deliberado, igual que las primeras *Sopas Campbell's* parecían meras transcripciones de etiquetas de latas sin ningún esfuerzo, pero en realidad habían sido pintadas con un gran cuidado. O tal vez las rarezas de *a* se parecían más a los «errores» que Warhol se encargaba de introducir en sus serigrafías, y que de ningún modo debían estar allí. Quería obtener un efecto de realidad potente y no le importaba manipular lo real para conseguirlo.

Incluso detrás de la premisa fundacional del libro hay algo de manipulación. Supuestamente, es el registro de un lapso ininterrumpido de veinticuatro horas de excentricidades en la Factory y de hecho Warhol había empezado así, igual que había filmado el Empire State Building durante siete horas seguidas. Pero en el caso de

la novela, la vida y el cansancio hicieron mella y los últimos capítulos del libro se improvisaron en realidad a partir de cintas grabadas en momentos distintos.

Es fácil ver el libro como la última etapa de la diversificación de Warhol Enterprises, que estaba ocupada en expandir sus nichos económicos de la pintura al cine, al rock, a la estampación de láminas y, finalmente, a la edición de libros, además de otros proyectos secundarios como la producción de perfumes y pines. Y así se anuncia el libro en su primera mención. También es debido reconocer que Warhol no permitió, o no pudo hacerlo, que esta expansión diluyera los retos que había aprendido a esperar del arte moderno serio, el suyo incluido. Otros escritores de la década de 1960 publicaron libros que pretendían ser transcripciones de conversaciones grabadas, pero en realidad estaban corregidos a una prosa normal y legible. Con el apoyo de los dedicados editores vanguardistas de Grove, Warhol hizo lo contrario, quitó claridad a sus cintas para hacerlas tan radicalmente indigeribles como algunos de los mejores (o peores) escritores de Grove, como Samuel Beckett o Jack Kerouac.

Otro proyecto de libro de 1967 también parecía burlarse de cualquier lector que no estuviera lo bastante en la onda para soportar sus juegos. O, mejor dicho, les hacía una pedorreta (literalmente, pues llevaba un artículo sonoro que emitía pedos de broma encartado en una doble página). En otra doble página, se abría ante los lectores un *pop-up* de un castillo con fotos de diversos warholianos insertadas en las ventanas encima de la inscripción «Nos atacan constantemente», en referencia a la lamentable recepción que tuvo la Velvet Underground en Los Ángeles y su estancia en el castillo que alquilaron allí. Otra página entera estaba dedicada a un troquel de la gran nariz «judía» de Bob Dylan; este podía levantarse y, debajo, revelaba otra versión «arreglada por cirugía» (reminiscencias de los arreglos que Warhol se hizo en la nariz, en las primeras fotos que retocó). Un encarte con pequeñas pestañitas de papel estampadas con la firma de nuestro artista estaba acompañado del texto «¡¡¡SI QUIERES UNA GRAN SORPRESA… arráncalas y mételas en un recipiente con agua tibia!!!»; si se hacía, lo único que se veía es cómo el nombre de Warhol se desvanecía y desaparecía, su última acción polémica contra la autoría.

Se trataba de *Andy Warhol's Index (Book)*, y esta vez lo publicaba Random House, una gran editorial que había sido adquirida no hacía tanto por RCA, cliente importante de nuestro artista en la década de 1950 y que también había adquirido Hallmark, el antiguo mecenas de su árbol de Navidad. El editor del libro de Random House le dijo a Warhol que entendía el *Index (Book)* como la oportunidad de «hacer

algo tan revolucionario en el mundo editorial como lo han sido tus cuadros, tus películas y la Velvet en sus respectivos campos». Pero el libro no estuvo a la altura de semejantes ambiciones: no era una *a*. Su fecha de lanzamiento, en navidades, fue ideal, pues parecía más bien un destilado en formato libro de la escena de la Factory, perpetuando su imagen bromista y juguetona menos amenazante, como un *The Chelsea Girls* sin sexo, drogas ni violencia. «Es muy bonito y también muy divertido. Quizá lo más interesante es que no puedo decir nada más sobre él», decía una inteligente nota que Warhol recibió de parte de Jonathan Richman, un joven fan que pronto haría historia en la *new wave* con su banda Modern Lovers. (John Cale, de la Velvet, le dio un empujón). A Joey Freeman, el más joven de los acólitos de Warhol, le pareció que el *Index (Book)* no tenía «nada digno de la clandestinidad, era como un libro infantil para adultos oscuros […]. En realidad, no es un producto de Andy Warhol. Se podría decir que es un producto de la Factory».

Al principio, antes de que se convirtiera en un libro *pop-up*, el *Index (Book)* se concibió principalmente como vehículo para dar salida a las enormes pilas de fotos de la Factory. «Andy pensó que había un modo de ganar dinero con todas aquellas fotografías», dijo Freeman. De hecho, la mayoría de las páginas del libro ya editado reproducían instantáneas en blanco y negro de la pandilla de Warhol en acción, tomadas durante el año o el par de años anteriores por Billy Name y los habituales de la Factory como Nat Finkelstein y Stephen Shore. (En realidad, quien inicialmente puso en marcha el proyecto fue Finkelstein, sobre todo para dar salida a las fotografías que había hecho del estudio; hubo desacuerdos sobre el porcentaje de beneficios que le correspondían, y ello lo llevó a romper con nuestro artista). Otras páginas recogían entrevistas divertidas de una balbuceante Ingrid Superstar y del propio Warhol. (Las sesudas preguntas de un periodista alemán estaban impresas en una muy teutónica tipografía gótica). La contracultura de los sesenta tenía un lado alocado e infantil y el *Index (Book)* de Warhol hundía profundamente sus raíces en él. Algunos de los *pop-ups* del libro, de hecho, se habían diseñado para los libros infantiles de Random House, y nuestro artista se enamoró de ellos cuando los vio en la editorial.

Tampoco el título se libraba del trasfondo de transigencia: en un principio, el libro iba a llamarse «El mundo de Andy Warhol», pero sus acólitos, en concurrencia, juzgaron correctamente que era muy vulgar. En su lugar, se les ocurrió *Andy Warhol's Index*, que hacía un giño tanto al índice papal de libros prohibidos como a la idea de que el proyecto fuera un índice de las películas de Warhol, de manera que las considerara obligatorias en vez de prohibidas. Random House puso la objeción de que, supuestamente, estaban vendiendo un libro, así que

Billy Name les entregó una página con el título que ya habían decidido y la palabra *book* añadida entre paréntesis.

A pesar de que fue producido por el estudio de arte más famoso del país y publicado por una editorial gigante que manejaba las últimas tecnologías emergentes y de impresión, el libro acabó teniendo la apariencia de los fanzines caseros y cutres que estuvieron tan de moda entre la juventud de los sesenta.

A algunos críticos la obra les pareció difícil de descifrar, pero por lo visto los lectores no estaban de acuerdo. Es uno de los pocos libros de Warhol que llegó a hacerse con un público decente. Tras una populosa fiesta de presentación que se celebró justo antes de Navidad (la lista de invitados tenía más de doce páginas), el *Index (Book)* llegó a vender más de doce mil ejemplares solo durante las vacaciones.

El espíritu malcriado de la Factory quedó desvelado en persona a todo el país en las treinta charlas o más que dio Warhol en una gira que empezó a finales del invierno de 1967.

«Haciendo una estimación muy prudente, en términos conservadores, el negocio de las charlas mueve hoy en Estados Unidos unos cien millones de dólares al año», declaró un agente de conferenciantes llamado Robert Walker en un extenso artículo de *The New York Times* sobre el próspero nuevo mercado de las conferencias. (Warhol guardó un recorte del artículo). Tanto un amigo de nuestro artista, George Plimpton, como el editor del *Index (Book)* complementaban sus ingresos con estas conferencias; no es de extrañar que el propio Warhol intentara ser parte de esa línea de acción. Aunque en realidad, fue la acción la que lo encontró a él: Walker, el más joven portento de entre los agentes, le dijo a *The New York Times* que había programado ya cincuenta charlas para Warhol antes siquiera de haberlo abordado. El público universitario de las películas de Warhol y de la Velvet se estaba convirtiendo también en un vasto mercado para nuevos oradores: los *baby boomers*, que habían crecido con la televisión, tenían hambre del «chisporroteo de los personajes de carne y hueso», decía *The New York Times*, y una especial querencia por «los chiflados, las chaladuras y la controversia». Tal como explicaba un universitario, sus amigos y él iban a prestar oídos a cualquiera que «molestara a los mandamases, porque de eso se trata». Para satisfacer esa demanda, Walker les consiguió charlas a un «cazafantasmas», a una «médium y bruja», al editor del *Worm Runner's Digest* (el título de su conferencia fue: «Qué es lo que hace que un gusano aprenda») y a un artista chiflado llamado Andy Warhol con el que estaba garantizado que incomodaría a cualquier mandamás.

Warhol cobró unos setecientos cincuenta dólares por cada aparición

—sus honorarios subieron y bajaron— y siempre le tocaba pagarse tanto sus gastos como los de las superestrellas que le acompañaban, lo que significa que las ganancias debían acabar siendo mucho menores de lo planeado. Nuestro artista empezaba sus intervenciones con una proyección, la mayoría de las veces cintas con pruebas de *Four Stars*, y, al menos en una ocasión, de su anuncio experimental para Bufferin. «No resulta mucho más insatisfactorio que uno de los cuadros de *Cien latas de sopa Campbell's* de Warhol —escribió una periodista acerca de una de sus charlas—. Es una obra de pop art en sí misma». No todo el mundo se mostró igual de comprensivo. El presidente de una asociación de estudiantes que lo llevó a dar una charla dijo que sus compañeros y él habían soportado «una actuación de lo más decepcionante, aburrida y hasta poco provocadora de Andy Warhol […]. Ha demostrado ser un mal portavoz de la forma de arte que en teoría representa».

Curiosamente, charla tras charla, la irritación del público parecía tener menos que ver con las impenetrables películas de Warhol que con la sesión de preguntas y respuestas de después, que en su mayor parte consistía en bastantes preguntas y no muchas respuestas. Cuando alguna de las dudas encontraba explicación, era casi siempre con una mezcla de flojera y desdén, y la reputación de chicos malos de Warhol y sus superestrellas quedaba confirmada.

P: ¿Qué aspiraciones teníais?
VIVA: Hacer una epopeya hollywoodiense, con Charlton Heston en el papel de la Virgen María. Yo interpretaré el de Dios.
MORRISSEY: Ganar dinero con las películas.
P: ¿Qué había que hacer para actuar en una película de Warhol?
VIVA: La mayoría de las mujeres y los maricas pueden hacerlo porque están acostumbrados a pavonearse.
P: ¿Cuál es el significado de sus películas?
MORRISSEY: No tienen significado, son solo para verlas y olvidarlas.
P: ¿Warhol estaba en desacuerdo con la perspectiva de Morrissey, o acaso Morrissey era portavoz de Warhol?
WARHOL: Sí a ambas cosas.

Y la última pregunta, que hizo un miembro del público molesto: «Hemos aguantado el visionado de tu película. Ahora, ¿podrías hablar con nosotros durante tres minutos de cualquier tema de tu elección?». A lo que Warhol respondió: «Podría tararear algo durante tres minutos».

«Formamos parte de la industria del entretenimiento», le dijo Warhol a un amigo al volver de una gira de charlas por Miami, Tuscaloosa y «eeeh, humm… otro sitio, Iowa, me parece». Pero, a todas luces, ni él ni su equipo ponían mucho empeño en entretener a nadie, ni siquiera en entretenerse ellos mismos. No parece que

disfrutaran gran cosa de aquellas giras; Warhol estaba especialmente decepcionado por la falta de emociones sexuales que ofrecía la «panda de peluqueros» que se presentaban a verlo. Morrissey no se privó de contar a uno de aquellos públicos que, con la flaqueza económica de *Four Stars*, la única razón por la que daban charlas era para recaudar dinero con que financiar lo que realmente les importaba: las películas. E incluso nuestro artista advertía una y otra vez a quienes pagaban para verlo: «No nos gusta dar charlas. No tenemos nada que decir».

Los organizadores de una «charla» de Warhol en una universidad de New Jersey amenazaron con no pagarle por no haber hablado: «Hemos pagado por ver a Andy Warhol, y no le hemos sacado ni dos palabras», insistió uno de ellos. Por alguna razón, esta amenaza llamó la atención de los medios de comunicación nacionales y, al cabo de un par de días, en decenas de periódicos de todo el país, desde Sedalia (Missouri) hasta Manitowoc (Wisconsin), apareció un artículo titulado «Los estudiantes se preguntan si un Warhol "silencioso" vale setecientos cincuenta dólares». Era síntoma de que la visión que tenía el público estadounidense sobre él estaba cambiando: su imagen del artista pop adorable e infantil o, en el peor de los casos, del afable bribón, estaba dando paso a la de una fuerza perniciosa de la que había que sospechar, parte de la crisis social más amplia que se vislumbraba en el horizonte.

Uno de los tres mil oyentes que fueron a verlo en Salt Lake City se hartó después de pasar la noche escuchando a Warhol dar respuestas casi monosilábicas: «No tenía ningún derecho a quedarse allí sentado dando aquellas contestaciones. He visto a gente de esta ciudad con más cosas que contar que él». Los organizadores del evento quisieron indagar qué era lo que había salido mal en aquella charla. No tenemos su versión de la correspondencia, pero la respuesta de Morrissey, unas semanas después de la aparición de nuestro artista, fue esta: «No entendemos qué les hizo pensar que el señor Warhol no se presentó en Salt Lake City». En realidad, sí que lo entendía, y perfectamente, pues él había estado en esa gira y sabía de sobra que, a pesar de su cabello platino y su chaqueta negra de cuero, el hombre que ocupaba el estrado junto a él con cuidado de no hablar era Allen Midgette, un ocasional de la Factory que había aparecido en un puñado de sus películas y al que pagaban por actuar en directo.

Un periodista presenció en la Factory el nacimiento de aquel subterfugio:

> Los dos Andy Warhol se contemplaron mutuamente tras sus redondas gafas oscuras. El Andy que tenía el bote de laca plateada en la mano roció el cabello del otro Andy de nuevo y dio un paso atrás para mirarlo bien. Luego le puso una bufanda de lana a rayas al cuello y le volvió a abrochar la cremallera de la cazadora de cuero. Cuando Andy le entregó a Andy su billete de avión, todo el

mundo en la Factory se rio y dio vítores. «¿Cuántos Andys podemos fabricar en un día?», preguntó Ondine […]. «¡Llenemos el país entero de ellos!», gritó Viva.

«Espero que no nos pillen», le escribió Morrissey a Malanga en una postal. Pero los pillaron. Los organizadores de la charla de Utah sospecharon casi desde el principio: Morrissey contaba que el fallo en la suplantación había estado en que Midgette se quedó sin laca plateada. Las sospechas quedaron confirmadas cuando un amigo neoyorquino de Warhol que estaba de paso confirmó que en las fotos del conferenciante no aparecía el artista pop.

Warhol trató de confundirlos, pero la prensa local y, después, *Los Angeles Times* recogieron la historia y, al final, hubo de admitir el engaño, al tiempo que afirmaba que le había hecho un favor a su público, lo cual posiblemente tenía algo de verdad. «En realidad, yo no tengo mucho que decir. La persona que fue en mi lugar tenía mucho más que contar. Era mejor que yo. Él sí tiene lo que la gente espera. Les gustó más de lo que les habría gustado yo». Eso no lo libró de nada. Durante los meses siguientes tuvo que repetir las cuatro conferencias que había dado Midgette, esta vez en persona. De hecho, una universidad de Oregón le hizo jurar sobre una Biblia y ante un juez que era él mismo.

Lo que Warhol nunca llegó a admitir es que Midgette ya había hecho una prueba al principio de la gira de conferencias: hay una foto de un evento en marzo en la que quien aparece es, claramente, el impostor. Este contó después lo difícil que había sido empezar a interpretar a un hombre al que apenas conocía y que tampoco le gustaba demasiado, así como hablar acerca de una obra que aún le importaba menos. «La primera pregunta fue "Señor Warhol, ¿es usted gay?" —contaba Midgette—. Yo dije: "No", y la sala entera se quedó en silencio». En otra de sus imposturas, declaró que sus cuadros (es decir, los de Warhol) no eran más que una broma. «El público se quedó perplejo —dijo una joven que estuvo presente—. Fue tan horrible como oír que Dios ha muerto».

Mucho antes del engaño de Utah, Warhol ya había trasplantado la trampa a su *Index (Book)*: la foto que aparece de él en la contraportada es, en realidad, de Midgette, con la firma de Warhol estampada en su labio superior. Esta impostura era solo una batalla más en la guerra que Warhol mantenía contra las ideas convencionales del mundo del arte acerca de la autoría, la autenticidad y la originalidad: era «un experimento de identidades erradas», le explicó al amigo que lo había desenmascarado en Utah. Convertir a Midgette en su *Doppelgänger* no era tan distinto de sacar versiones casi intercambiables de las *Marilyns* o de las *Flores*, producidas en masa en la Factory. Podría decirse que el actor era solo el propio Warhol en otra gama de colores.

Morrissey presentó las apariciones de Midgette como una especie de extensión del mayor acto de autocreación de nuestro artista: «Andy pensó que estaría bien inventar a otra persona que lo sustituyera […]. Alguien que fuera un poco más hablador y un poco más apuesto». Al menos un inteligente admirador que estuvo presente en Salt Lake City entendió que aquello era acertado y que el subterfugio estaba perfectamente en consonancia con las premisas artísticas de Warhol. «Su doble no se parecía mucho a usted, pero, en todo caso, resulta muy apropiado que lo enviara —le escribió—. Debe de ser el primer artista que ha elevado la gira de conferencias al nivel de una obra de arte».

Cuando dieron la charla de Salt Lake City, Warhol y su equipo prácticamente anunciaron lo que andaban planeando: hicieron que Midgette proyectara las imágenes de la Factory, en las que aparecía él mismo. «A ver, él estaba allí de pie durante la proyección de la película —dijo Warhol, unos meses después—. Si no se dan cuenta de la diferencia…».

En todo el asunto del engaño en las conferencias es notable la ausencia de una figura, que tampoco aparece en el *Index (Book)*, o más bien, está únicamente como un nombre tachado de forma casi cómica en la portadilla: Gerard Malanga.

El encargado de borrarlo había sido Billy Name, pero parece que fue solo una de las muchas personas que, a finales de 1967, soñaban con ver desaparecer a Malanga.

El ambiente embriagador de la Factory de Warhol llevaba un tiempo hinchando el ego del poeta. Ya el año anterior, Malanga se había jactado ante su novia, Susan Bottomly, de que él era el auténtico Andy Warhol, la verdadera fuerza creativa de la Factory. También andaba diciendo que él era la parte «más insustituible» de Exploding Plastic Inevitable «porque ningún otro bailarín podría interpretar la música de Velvet, y a la vez construir un sólido esquema de danza en torno a su música y al espectáculo lumínico, e interpretar su música en forma de arreglos coreográficos como hago yo». (En opinión de Morrissey, lo que hacía Malanga era «posar, no bailar»). Un contacto frustrado del mundo editorial se quejó de haber recibido una nota del poeta que parecía la «carta de un niño mimado», y un artículo de una revista decía de él que tenía «los delirios narcisistas de un poeta del periodo romántico que se cree bello y con talento». A raíz de todo ello, no era fácil tenerlo cerca.

Su narcisismo se vio reforzado cuando, en el otoño de 1966, se enamoró loca y absurdamente de una deslumbrante heredera italiana llamada Benedetta Barzini, que vivía enfrente de Warhol. Su padre,

Luigi, era un escritor de fama mundial, así que ella ya formaba parte de la realeza cultural antes de llegar a Nueva York para ser modelo (finalmente apareció como una de las «Cien mayores bellezas del mundo» de *Harper's Bazaar*). Su relación con Malanga apenas tuvo recorrido y al parecer no fue más que una noche en la cama, aunque el poeta se quedó muy prendado: «Por primera vez en cinco años ha tenido un renacimiento como mujer […]. Benedetta ha alcanzado la adultez. Nos hemos convertido en una misma persona», escribió en su diario al día siguiente, pues ella tuvo su primera menstruación en bastante tiempo. (Tampoco es que convertirse «en una misma persona» con Barzini le impidiera intentar acostarse con otras chicas). Malanga incluso fantaseó con casarse con la italiana. (En Año Nuevo, envió a su madre una nota triste con el pago de los anillos de boda que les había comprado, y que, según le informaba, ya no serían necesarios). Cualquiera que fuera la verdadera relación que mantenía con Barzini —décadas después, ella lo designó simplemente como «un poeta que en aquel momento era amante de Andy»—, Malanga se lanzó a toda una serie de fantasías que incluyen la publicación de un sinfín de poemas y ensayos fotográficos sobre la italiana, para desconcierto, e incluso desagrado, de esta. Incluso llegó al extremo de robar y copiar la prueba de cámara que Barzini había hecho para Warhol: «Si alguna vez se entera, me corta la cabeza», le dijo a la heredera.

La relación de Malanga con Barzini, en especial su secretismo al respecto, parece haber conducido a un enfriamiento con Warhol. Las entradas de su diario manifiestan sus crecientes dudas sobre su jefe: «A Andy le gusta marearme, piensa que puede acabar conmigo; pero justo cuando cree que me tiene, me suelto de él», escribió, y también que «Andy es químicamente destructivo […] está ascendiendo por la escalera internacional de la basura social». Ninguna de las dos observaciones era del todo inexacta, en aquel punto de la vida de la Factory, pero representan claramente que su mejor época había quedado atrás.

«Dejé a Andy en agosto de 1967 —contaba Malanga—. Me harté de la escena. Dije: “A la mierda todo esto, yo me voy a Italia”. Me compré un billete de ida. Una semana antes de irme, Andy intentó sobornarme para que me quedara: “Oh, vente al estreno de *The Chelsea Girls* en San Francisco”. Le dije: “Vaya, lo siento mucho, pero estaré mostrando una película en el Festival de Cine de Bérgamo”. Andy me dijo que sabía que yo solo tenía billete de ida, que si necesitaba dinero para volver lo llamara y él me lo enviaría. Una mentira descarada. Estuve seis meses en Europa sin poder volver».

La película que estaba proyectando Malanga era un montaje sobre la familia Barzini que resultaba «poético» justo de una forma que

Warhol hubiera llamado cursi. Era el último capítulo de su (indeseado) himno en honor de Benedetta, a quien no podía olvidar. El padre de la muchacha tuvo que enviar diversas cartas amenazadoras a Malanga y a su editor para evitar que se imprimieran algunos de los poemas a su hija. Después de vérselas con algún tipo de problema grave en el festival de Bérgamo y con la aduana italiana, el poeta se instaló finalmente en Roma como un producto —apuesto y famélico— llegado de Nueva York: «He adoptado la vestimenta de un compositor o poeta del siglo XIX, me envuelvo con una larga bufanda de terciopelo negro y un abrigo militar negro con bordados trenzados y cuello West Point —le contó a un corresponsal—. Tengo el pelo largo y siempre bien peinado».

Malanga cruzó el Atlántico con apenas un centavo en el bolsillo, y en sus cartas lo vemos pidiendo dinero a Warhol y hasta a su precaria madre, quienes le contestaron que se limitara a volver a casa. «Tienes mucho valor escribiéndome para decirme que estás arruinado. Yo también estoy arruinada. Me has hecho llorar toda la noche pensando en ti», le escribe su madre en una carta. Meses después, estaba completamente harta: «No te quiero como hijo y otra cosa por qué no me has escrito una cartita para desearme feliz cumpleaños. Me enviaste solo una estúpida foto tuya».

Malanga encontró al fin una solución a su pobreza que no involucraba a su madre… ni a Warhol, que es precisamente el motivo por el que constituye una de sus estrategias más bobas.

«Nunca me enviaste ningún dinero —le escribió a nuestro artista a principios de diciembre—, así que he ideado un plan por el que he encargado que me hagan una serigrafía para un cuadro que debo hacer, un cuadro de Andy Warhol, por supuesto, para sobrevivir». Y diez días después: «El lunes vendo el retrato del Che Guevara de Andy Warhol a un comprador de cuadros […]. No estoy bromeando cuando te digo que he serigrafiado un cuadro, y si alguna vez alguien sospecha que no es tuyo, será mejor que digas que sí lo es, de otro modo, podría ir a la cárcel por falsificación».

Por supuesto, alguien sospechó casi de inmediato. Malanga había decidido vender sus cuadros falsificados, y otras veinte estampaciones del Che Guevara sobre papel, en una exposición en la galería de vanguardia más prestigiosa de Roma (donde ya había expuesto Cy Twombly y que había organizado una velada con Taylor Mead). A pesar de las buenas críticas y de las buenas ventas, el propietario tuvo la lucidez de escribir a Leo Castelli para pedirle información sobre los nuevos Che Guevaras de «Warhol». Quizá el marchante romano se dio cuenta de que había algo poco warholiano, algo manido y muy poco *camp*, en serigrafiar a un héroe revolucionario hacía poco fallecido.

Según su situación en Roma se iba complicando cada vez más,

Malanga suplicaba a Warhol que no lo delatara, y le envió toda una serie de cartas en las que lo vemos asombrosamente desorientado: «La obra fue hecha con el mejor gusto y con amor. Si hubiera hecho un cuadro de Marilyn Monroe o de las *Flores*, entendería muy bien tus acusaciones de falsificación; pero no por un tema como el Che Guevara, que probablemente hubiéramos hecho si yo estuviera en la "fábrica" […]. Me he convertido en ti, por los dos». Malanga había planeado incluso ofrecer a su antiguo jefe el singular honor de asociarse con él en la nueva obra maestra del arte cinematográfico en la que estaba trabajando en Roma —iba a hacer que *The Chelsea Girls* pareciera «un cuento de hadas», señaló con afán de ayudar—, y permitiría a Warhol quedarse con los cuantiosos derechos de distribución que confiaba en ganar, o, al menos, todos los ingresos hasta los tres mil dólares que «nuestro» cuadro del Che le había reportado.

Varios meses después, Malanga pensó que lo habían hecho sufrir deliberadamente (y quizá sí fuera así). Al final, Warhol se compadeció de él y envió un telegrama a Roma: LOS C HE GUEVARAS SON ORIGINALES SIN EMBARGO MALANGA NO ESTÁ AUTORIZADO A VENDER. El poeta evitó la cárcel y le envió a Warhol una nota de agradecimiento, algo así como:

> Si hubieras decidido no «autorizar» la obra, sin duda me habrían «denunciado», al estilo italiano […] y acusado de «falsificación», que es un delito internacional con sentencias que oscilan entre los quince y los veinte años o más […]. Supongo, ahora que todas estas complicaciones han empezado a agravarse, que probablemente no tengas intención de dejar que me quede con el dinero de la venta del cuadro.

La reacción de Viva a esta nota fue decir que a Malanga «se le ha ido la cabeza; de verdad, se le ha ido». La de nuestro artista fue jurar que jamás volvería a hablar con su asistente. Sin embargo, para finales del verano de 1968, un indulgente Warhol le había permitido volver al redil, aunque no llegó a recuperar nunca su estatus inicial como su «Gerry más dulce». Pronto estaría otra vez fuera. Sin negar que Malanga era un chaval tonto y vanidoso, ¿era su falta tan grave como parecía? Después de todo, llevaba viendo a Warhol jugar con la autoría durante casi media década. Justo en el momento en el que partía para Italia, nuestro artista se negaba a atribuirse el mérito (o la culpa) de la creatividad de la Factory: «En realidad no soy yo quien la produce, es la gente que tenemos». Y tan solo uno o dos meses después de haber empezado a trabajar con él, Malanga había participado en la siguiente conversación con Warhol y otro amigo llamado John:

> **JOHN [A MALANGA]:** ¿Sabes lo que deberías hacer para aparecer en las noticias? Robas una serigrafía de Andy para hacer un cuadro y lo vendes como un Andy

Warhol. Y, después, Andy Warhol te llevaría a juicio y diría que no es un Andy Warhol, y estaría genial, saldría en todos los periódicos.
WARHOL: ¿Quieres hacerlo?
MALANGA: La cosa es que luego te echarías atrás. Pedazo de cobarde.

La desaparición de Malanga era solo una señal de la disolución centrífuga de la Silver Factory. Sus moradores estaban abandonando casi tan rápido como se desprendía el papel de aluminio de sus paredes.

Mary Woronov fue otra de las partidas. A pesar de su personalidad agresiva, supo cuidarse. Cuando *The Chelsea Girls* alcanzó una amplia difusión, hizo que su madre amenazara con una demanda para que su hija recibiera parte de las ganancias. Hacia finales de 1967, cuando el *Index (Book)* iba camino de su publicación, se plantó y se negó a firmar una autorización si no recibía una compensación adecuada. (Otras personas habían dado su firma por la cuantiosa suma de un dólar). «Warhol se enfadó muchísimo muchísimo, y dejé de ir a la Factory», contó Woronov.

Susan Bottomly había abandonado prácticamente la escena después del viaje que las superestrellas hicieron a Cannes (que le granjeó algunos trabajos como modelo en Europa) y, mientras, Stephen Shore y Nat Finkelstein, dos fotógrafos de la Factory, así como Joey Freeman, el asistente artístico adolescente de Warhol, empezaban a hacer todos ellos otras cosas por su cuenta. La Velvet ya se había ido también.

Billy Name aún seguía por allí, pero su posición en la Factory comenzó a parecer inestable. «Había una enorme competencia acerca de cómo irían las cosas, en términos de dirección, entre Paul, Gerard y yo […]. Cada uno teníamos nuestras ideas: no discutíamos, pero sabías que para que todo saliera como tú querías, tenías que estar ahí todo el tiempo, ser el que hacía todo el trabajo y encargarte de todo». Está bastante claro que Name había empezado a sentir que se estaba quedando fuera. No había estado en Cannes, tampoco en el resto de las apariciones importantes que tuvo la Factory en 1967 y rara vez tenía algún papel en la serie de nuevas películas que se estaban grabando. Su función como «encargado» del estudio la había asumido casi por completo Paul Morrissey, quien se daba a sí mismo el título de gerente de Warhol. Empezó a establecer con el artista acuerdos formales de reparto de beneficios que dejaban a Billy Name notablemente fuera. Este no perdió su afecto por Warhol, y lo defendió ante un amigo suyo al que le preocupaba que estuvieran explotando a Name: «Andy no es cruel conmigo. Él es mi benefactor. Es amable y cariñoso conmigo y me ha dado un hogar». Pero tampoco hay duda de que en esas palabras resuenan los argumentos de la clásica esposa desatendida.

El interés de los primeros patrocinadores culturales de Warhol también empezó a decaer notablemente. De Antonio estaba ocupado con sus documentales de extrema izquierda, Geldzahler se había pasado a los artistas abstractos, Sam Green y Alan Solomon habían comisariado ya su cuota completa de pop y ni siquiera Leo Castelli expuso más muestras individuales de Warhol durante bastantes años: solo estaba en el octavo puesto entre los diez artistas más vendidos de la galería, dos puestos por debajo hasta de Jack Tworkov, uno de los pintores menores del expresionismo abstracto. De entre los primeros coleccionistas de Warhol, los Tremaine habían perdido el interés hacía tiempo, los Scull mudaron su enfoque a otras tendencias contemporáneas como el *land art* (aun así, prestaron su apoyo a *Four Stars*) y Leon Kraushar, un inversor que, de hecho, había encargado a Warhol cuadros que no eran retratos, acababa de sufrir un ataque al corazón aquel otoño de 1967.

El destino de la Factory quedó sellado el 27 de septiembre de 1967, con la entrega de una carta aparentemente inocua de parte de los gerentes del edificio donde estaba el estudio: «Por la presente, se notifica que el propietario opta por rescindir su arrendamiento de mes a mes de los locales antes mencionados a partir del día 31 de octubre de 1967, y que el plazo de su arrendamiento relativo a dicho local expira en dicha fecha». El viejo edificio, que había sobrevivido a tantas cosas en sus nueve décadas de existencia, incluso a los ensayos de la Velvet, iba a ser demolido para dar espacio a un aparcamiento y un parquecito detrás de un enorme rascacielos. Tras cuatro años de gloriosa y jactanciosa existencia, la famosa Silver Factory de Warhol había llegado al final de sus días.

En el invierno de 1962-1963, nuestro artista había encontrado la antigua estación de bomberos. Allí pasó de ser un rico virtuoso que trabajaba solo en casa a convertirse en un artista profesional con un estudio.

En el invierno de 1963-1964, encontró y fundó su Factory. Allí construyó una nueva imagen de sí mismo como la de un artista célebre con su propio séquito.

Y en el invierno de 1967-1968, Warhol debía hacer frente a una pregunta: ¿qué tipo de espacio iba a buscar a continuación y qué nuevo tipo de artista sería allí?

Hablando por su nuevo teléfono blanco en su nuevo estudio blanco.

34
1968

UN NUEVO ESTUDIO EN UNION SQUARE | *LONESOME COWBOYS* EN ARIZONA | EL ORDEN SUSTITUYE AL CAOS | LOS ÚLTIMOS DE LA PANDILLA DE LA FACTORY | EL GUAPO DE FRED HUGHES | UNA EXPOSICIÓN EN SUECIA

«Un batiburrillo de sexo homosexual, conversación, violación, conversación, travestismo, conversación, incesto homosexual, conversación, masturbación, conversación, seducción heterosexual, charla, charla, charla y una orgía».

El espacio era todo aire, luz y reflejos. Tenía tres ventanales franceses que dejaban entrar el sol a través de una estrecha fachada orientada al este que daba a un amplio parque abierto. Por las ventanas del lateral norte entraba una luz más suave que se reflejaba en los suelos de madera pulida. Dos grandes escritorios estaban colocados a poca distancia uno del otro: la madera oscura de su superficie estaba cubierta de vidrio, y en él se reflejaban las personas que trabajaban en ellos; estaban apoyados sobre unos cajones de espejo que bien podrían haber sido unas esculturas minimalistas. Los accesorios de escritorio eran igualmente modernos y lustrosos: una bandeja transparente para las facturas, «para que podamos ver cuánto debemos», un cubo de plexiglás con una mariposa en su interior y teléfonos de plástico blanco. En los rincones, plantas de caucho y cactus con formas fálicas. «Muy Park Avenue, estilo moderno sueco —lo describió uno de sus ocupantes—. Un estudio muy limpio; muy elegante, me podría comer cualquiera de sus partes».

Así, la Factory se convirtió en «el estudio» en las primeras semanas de 1968.

«Nos estamos mudando, ¿sabes? Nos vamos al centro —le dijo Warhol a uno de los últimos visitantes de la Silver Factory antes de que arrasara con ella la bola de demolición—. Es un sitio más grande. Tenemos más espacio, así que quizá podamos mejorar las películas, bueno, de alguna manera».

La búsqueda de un nuevo hogar había comenzado en otoño y se había encargado a Billy Name y Paul Morrissey en su última lucha por

el poder. Name encontró un espacio enorme en una planta baja de la calle Catorce, al este de Union Square, justo enfrente del antiguo auditorio de la Academia de Música y a pocas manzanas de Max's Kansas City. Era el típico estudio de artista del estilo de la Silver Factory, pero tan del estilo que era demasiado para Warhol.

Morrissey encontró algo en el mismo barrio pero muy distinto, y ganó. Su búsqueda lo llevó al sexto piso vacío de un estrecho edificio victoriano en el lado oeste de Union Square, aún más cerca de Max's. Era un barrio que nuestro artista conocía desde hacía mucho tiempo: en la década de 1950, sus amigos Corkie Ward y Charles Lisanby vivían cerca de allí, y el diseñador George Klauber, el mentor gay de Warhol, tuvo un estudio en la zona.

El hallazgo de Morrissey estaba emplazado en lo que entonces se llamaba el Union Building, una estructura con un aire exótico y neomorisco que en otro tiempo había incluido un minarete; todo eso hacía que no fuera en absoluto el estilo moderno que Warhol prefería en el arte, pero a la vez estaba en consonancia con su antiguo gusto *camp* por cualquier cosa de *fin de siècle*. El edificio, construido en los días de gloria de Union Square como una zona de moda, había entrado ya en decadencia; albergaba una desaliñada tienda de Packard Electronics en la planta baja, al lado del negocio de barcas y tiendas plegables Klepper. Delimitando la manzana había dos típicas cafeterías neoyorquinas, pero Warhol casi siempre prefería enviar a alguien a buscarle el almuerzo a Brownies, que estaba a la vuelta de la esquina y era uno de los primeros lugares de comida sana de la ciudad. En el sexto piso, que ocupaba nuestro artista, parte de la tendencia ornamental que manifestaba la fachada había permeado el interior, en las molduras de madera torneada y los marcos de las ventanas, pero complementaba bien el mobiliario minimalista de Warhol. La unión de *vintage* y moderno estaba empezando a ponerse de moda entre los decoradores punteros.

«Vamos a demostrarle a Billy que aquí no podrá poner nada de plata, será todo muy bonito y brillante», le dijo Morrissey a Susan Pile cuando esta fue a ver el espacio de Union Square, antes de que se mudaran. La muchacha contó que «Paul era una fuerza y Billy era solo un arma con silenciador; no era conflictivo, y era difícil enfrentarse a Paul». Un amigo de Warhol dijo en broma que a Morrissey le encantaba dar «indicaciones» a la gente sobre cómo debía hacer su trabajo: «Creo que podría dirigir muy bien unos grandes almacenes. Tiene ideas propias y le gusta el movimiento. Es fantástico…, y un pedazo de charlatán».

El nuevo cuartel general de Warhol tenía algunos atractivos que iban más allá de su apariencia. El alquiler no era demasiado elevado: poco más de cuatrocientos dólares por trescientos metros cuadrados,

solo una tercera parte más que el alquiler que pagaban al final en la calle Cuarenta y siete, donde tenían un poco menos de espacio. En el contexto izquierdista de finales de la década de 1960, el bloque de edificios tenía el prestigio adicional de estar lleno de oficinas sindicales de diversa clase. De hecho, en el propio Union Building estaba el Partido Comunista de Nueva York. Un año después de que Warhol se mudara allí, alquiló el piso superior del edificio el ilustrador Saul Steinberg, un antiguo rival suyo durante la década de 1950 que se había quedado atrás en la carrera por la fama. Encontrarse con él en el ascensor no pudo haber hecho mal al ego de Warhol. A principios de la década de 1970 Steinberg visitó regularmente el estudio de nuestro artista.

El contrato de arrendamiento del sexto piso se firmó dos días después de Navidad y, por fortuna, Warhol pudo conservar la antigua Factory unos meses más, mientras preparaban el nuevo estudio.

Durante gran parte de enero, Morrissey se pasaba las mañanas quitando molduras en Union Square y después se iba al antiguo espacio a trabajar con Warhol. (Era sabido que era un loco de la restauración, tenía la casa llena de antigüedades a medio restaurar). Billy Name, por su parte, asumió finalmente la tarea de levantar unas paredes en la oscura parte de atrás del nuevo estudio para convertirla en la sala de proyecciones. Aquel espacio, pintado de negro, concordaba con sus gustos de topo.

Con los escritorios colocados en la parte de delante, la zona de las proyecciones en la de atrás, un pequeño cubículo para Warhol en el medio y sin mucho espacio para la serigrafía en ningún sitio, el espacio de trabajo de Union Square asentó y determinó el concepto tanto tiempo arrastrado de que Warhol se había convertido en cineasta a tiempo completo: en la guía telefónica, el lugar aparece como «Warhol Andy Films Inc.».

Pasaron meses hasta que la oficina adquirió por completo su apariencia plástica: en las primeras fotos se ve el suelo sin barnizar, puertas lisas de madera sobre archivadores a modo de mesas y —un vestigio de la Silver Factory y sus poco fiables habitantes— un teléfono público al lado de la puerta. Para el 5 de febrero, sin embargo, se había hecho lo suficiente para que Warhol y su cuadrilla pudieran mudarse. No más de uno o dos objetos los acompañaron en el traslado hacia el sur: tan solo algunos cajones de roble y uno de los relojes de fábrica de la Factory se consideraron merecedores de salvación; también el famoso sofá, aunque en pleno traslado lo robaron de la misma acera. (Las prácticas ruedecitas que le habían gustado a Name en su momento fueron también su perdición).

En el nuevo estudio se escucharon los mismos vinilos de cuarenta y cinco revoluciones que Warhol llevaba años poniendo en la zona alta:

«I Heard It Through the Grapevine», «(Sittin' on) the Dock of the Bay» y «Love Child». También los discos de ópera de Billy Name bajaron a la zona sur y se ponían a todo volumen. «Eso le da a este sitio un poco de clase», dijo un nuevo empleado.

Después del follón de la calle Cuarenta y siete, ese era justamente el objetivo. «Recuerdo que contesté el teléfono: "Factory" —contaba uno de sus empleados—, y Andy me dijo: "¿Por qué no dices simplemente 'estudio'?"». Esa fue la regla a partir de aquel momento, aunque se rompió a menudo. Un vanguardista consumado ha descrito aquel nuevo espacio como «una oficina, o más bien como una funeraria, todos de traje negro».

Warhol Andy Films Inc. empezó a estar a la altura de su nombre y de su nueva imagen unas semanas después de la toma de posesión del espacio en Union Square. Fue entonces cuando nuestro artista comenzó a trabajar en la película más convencional que había emprendido hasta entonces: un wéstern en toda regla, rodado en localizaciones en el desierto, con vestuario, actores y equipo, y hasta con trama y guion —o al menos algo que se les acercaba—, aunque fueron pronto abandonados, como de costumbre. Parece que incluso tenían planes, desde el principio, de hacer muchas tomas y después editarlas: es el hollywoodismo más radical con el que Warhol se había atrevido hasta la fecha.

Las primeras noticias del proyecto aparecen a principios de noviembre de 1967. Nuestro artista estaba en una de sus no-charlas y proyecciones de *Four Star* en Arizona, y le dijo (esta vez él mismo, no Allen Midgette) a un periodista que se había enamorado del desierto cinco años antes, cruzando el país en automóvil, y que quería volver para rodar allí. La película se titularía *The Unwanted Cowboy*. Suena a una más de las innumerables ideas fugaces de Warhol, salvo que al cabo de unas pocas semanas había empezado ya a escoger el reparto y, a finales de enero de 1968, Morrissey, él y otra docena de personas entre actores, equipo y acompañantes habían regresado a Arizona para empezar el rodaje de *Lonesome Cowboys*; el nuevo título fue elegido por consejo de algunos propietarios de cines que le dijeron que las películas X con nombres en plural (*Gatos callejeros*, *Chicas malas*) funcionaban mejor en taquilla. Warhol apareció vestido con la ropa de vaquero que había empezado a comprar en su viaje anterior: botas y cinturón con incrustaciones de piedras preciosas, un enorme sombrero de vaquero y una exagerada chaqueta ranchera de cuero y piel de serpiente. Aquella ambientación fue el origen de su aprecio por los textiles de los nativos americanos, que se convirtió en objeto de su coleccionismo obsesivo durante las siguientes dos décadas. Al cabo de

unos años, había obtenido algún tipo de participación en una tienda de alfombras de Taos y estaba dando lecciones a un comerciante sobre el arte nativo como abstracción.

La película de vaqueros de Warhol tuvo el origen más inverosímil, incluso para lo que era normal en él. Comenzó cuando Viva se echó un nuevo novio que se hacía llamar Julian. Este pensaba que su nombre se parecía bastante a «Julieta», lo cual le llevó a sugerir que interpretasen una versión de *Romeo y Julieta* con intercambio de género. Tal como Morrissey explicó amablemente a las lectoras de una revista de chicas: «En nuestra versión, Romeo es más joven que Julieta, y Julieta va tras él. La chica se llama Romona y el chico se llama Julian. Y Romona tiene un enfermero».

Una vez tomada la decisión de llevar a todo el mundo al Oeste, la bella Verona de Shakespeare se convirtió en la vieja Arizona (que fue otro de los títulos que se valoró para la película). Y por si el cambio de género no causara ya la suficiente confusión, Romona-Romeo era una dama del salvaje Oeste y Julian-Julieta, su «verdadero amor», que era gay, como todos los demás vaqueros de la película. El verdadero Julian, cuyo nombre real era Andrew y que era demasiado callado para ser un gran actor, fue relegado a un papel secundario y lo reemplazó como protagonista un Romeo italiano de pelo rizado llamado Tom Hompertz, a quien Warhol había conocido en una de sus charlas y que resultó que era casi mudo del todo. «No habla nunca —dijo Morrissey—. Nunca jamás. Simplemente no habla. Lo que hace que sea difícil trabajar con él. Con Viva queda genial, porque ella habla suficiente por los dos, pero con cualquier otra persona…». Mead trató de poner algo de orden indicando a los actores que se ciñeran al sucedáneo de sinopsis que le habían dado, pero Warhol no quería ni hablar de ello: «Oh, Taylor, es demasiado argumental», decía, prefería su improvisación habitual. Esto lo decía el mismo hombre que insistía en que su nuevo wéstern iba a estar «compitiendo directamente con Hollywood […]. Ya hemos demostrado que nuestros experimentos funcionan y seguimos adelante. Nuestro plan es reproducir la gloria, el glamur y la grandeza de las películas que se rodaron en los estudios de Hollywood en los años treinta».

El rodaje de *Lonesome Cowboys* arrancó, bastante oportunamente, bajo la lluvia en un falso set de rodaje del salvaje Oeste llamado Old Tucson, que ya se había utilizado en varios wésterns de cine y televisión, y además ofrecía espectáculos de tiroteos para turistas. La noticia de la presencia de Warhol no tardó en difundirse y atraer a un público formado tanto por artistas menores procedentes de las universidades cercanas como de gente de la ciudad que deseaba escandalizarse con los líos de aquellos degenerados de Nueva York. Los lugareños recibieron al menos algo de lo que buscaban: Viva, la

única mujer presente en el set, estaba rodeada por una panda de vaqueros gais afeminados que cometían atrocidades del calado de comparar sus glúteos o emplear un varonil poste de atar caballos como barra para hacer ejercicios de ballet, todo ello bajo la atenta mirada del sheriff, interpretado por una «*drag queen* extraordinaria». El verdadero sheriff del condado los vigilaba desde un helicóptero hasta que Viva le dijo que estaba arruinando el sonido de la película. Al día siguiente, trasladó su puesto de observación a un tanque de agua y vigiló a los extraños con un telescopio. El alquiler del set costaba quinientos dólares diarios y, después de rodar allí un día y verse entre tales distracciones, Warhol aceptó una invitación para trasladar su rodaje al lugar donde se estaban hospedando: una comuna de artistas llamada Linda Vista que un profesor del lugar acababa de fundar en pleno desierto.

Aquel nuevo escenario contracultural era más adecuado para un rodaje de Warhol. También les facilitó un poco más la labor (las cabañas de los actores estaban más cerca), pero no hizo que fueran mucho más eficientes. Pronto, el grupo de estudiantes y de residentes locales volvió aparecer para disfrutar de la acción. El set se convirtió en una especie de atracción local donde podía contemplarse el raro paisaje de vaqueros besándose con otros vaqueros y echando largas meadas en público mientras la cámara rodaba. Pero las cosas se desmadraron de verdad cuando, en el fragor de la improvisación, el grupo de actores homosexuales y bisexuales empezó a arrancarle la ropa a Viva y a agredirla sexualmente. Esta contó una vez que la mayoría del elenco masculino ya lo había hecho, colándose en su cabaña, en las noches anteriores, y que en ese momento esa violencia se reveló en un set a la vista de todos.

«Habían venido todos los estudiantes de arte de las universidades de los alrededores, y habían traído a sus hijos», contó Viva, y contemplar aquella agresión fue demasiado hasta para el más liberal de aquellos padres, por no hablar de los más conservadores arizonianos, que también la habían presenciado. Por causa de aquello, los hijos del fundador de la comuna fueron condenados al ostracismo en el colegio y se presentó una denuncia ante el FBI. Washington abrió un expediente a Warhol que no se cerró hasta nueve años después, desperdiciando los recursos humanos de varias de sus oficinas. Enviaron al «típico hombre del FBI» a registrar el estudio varias veces.

La agresión sexual que sufrió Viva no era la primera que se veía en una película clandestina: en la *Flaming Creatures*, de Jack Smith, se había producido una, y otra más, decían sus espectadores, en la cinta de Susan Bottomly en *Four Stars*. Pero esta nueva agresión parecía confirmar que, en un momento de la historia de Estados Unidos que parecía notablemente oscuro, esa gran negatividad de la cultura había

invadido las películas de Warhol. Aunque Taylor Mead, siempre feliz y bastante despistado, dijo que el rodaje de Arizona había sido el más alegre de aquellos en los que había participado (había ligado en la vida nocturna de las cabañas), el propio metraje muestra que la disparatada violencia de *Lonesome Cowboys* está a un millón de kilómetros de distancia de la inocua alegría del *Tarzán y Jane* de Warhol, que Mead había rodado menos de cinco años antes.

Como guinda final del caos, Viva tuvo una crisis nerviosa de camino a casa, cuando no le permitieron beber en el bar del aeropuerto de Phoenix por no llevar identificación: «¡Mire con quién estoy! —le gritó a algún pobre policía del aeropuerto—. ¡Con personas famosas!».

Morrissey explicó la película que finalmente editaron a partir del metraje diciendo que iba de «un grupo de hermanos en el Oeste […]. No son hermanos de verdad; ellos…, bueno, se acuestan juntos o lo que sea, pero dicen que son hermanos para que la gente no hable. Se suponía que iba a haber algunas frases sobre eso, pero con la forma en la que trabajamos, bueno, pues se olvidaron de decirlo, así que no sabes si son hermanos o no. Llega un hermano nuevo, Tom Hompertz, y hay celos. Viva quiere seducirlo, pero a él le disgusta y huye con Eric Emerson, que es el más animado de los hermanos».

Un periodista resumió la película en una revista con más precisión, como «un batiburrillo de sexo homosexual, conversación, violación, conversación, travestismo, conversación, incesto homosexual, conversación, masturbación, conversación, seducción heterosexual, charla, charla, charla y una orgía».

Entre toda esa charla estaba un monólogo de Eric Emerson fumado, a la cámara, que no cuadra en absoluto con el clásico filósofo-vaquero:

> Puedo tocarme y sentirlo […]. Siento la salida del sol: es difícil parar. Cuando sale la luna, es todo lo contrario a parar. Puedes tener la sensación todo el día, puedes hacer lo que quieras […]. Si no tienes dinero, no tienes trabajo, porque de ahí viene el dinero. No tengo trabajo. Puedo sentarme aquí y toquetearme todo el día […]. Me he enamorado tanto de la sensación en sí que ahora uso botas para no rozarme con los cactus.

Otros de los actores dijo que la mayor contribución de la película a la cinematografía estadounidense es que en ella aparecen la micción más larga de la historia jamás rodada —«fue la meada más larga; Andy la filmó entera»— y, a pesar de los intentos de Paul Morrissey por prohibir toda vulgaridad, más cantidad de palabrotas de las que se habían usado nunca. Así lo expresó el mismo actor: «Dije: “A la mierda todo esto. Puto gilipollas, cabrón. Puta, zorra, maldito chuloputas inútil, puto gilipollas de mierda” […]. Era como interpretar a Shakespeare: un lenguaje completamente nuevo ante la cámara […]. Con estas cosas, créame, influimos en las principales

películas de Hollywood. Abrimos un nuevo camino».

Cuando la película se estrenó, un año después, las críticas que recibió fueron en su mayoría mordaces. Incluso el *Village Voice* sacó su lanzallamas:

> Mientras Warhol podía permitirse la indolencia de sus superestrellas sonámbulas, hombres, mujeres y travestis por igual, el aburrimiento de las conversaciones en la inacción podía racionalizarse como una serie de episodios aleatorios de realismo enciclopédico extraídos de una jornada de veinticuatro horas. Pero cuando se ve obligado a entrar en el juego cinematográfico del género, el narcisismo indisciplinado de su *ménage* satura la pantalla de egos de risa tonta que no están sincronizados ni entre sí ni con cualquier concepción coherente.

Todas las críticas dejan ver con claridad que el cine más «hollywoodiense» de Warhol fue en realidad uno de sus productos más desafiantes. El juego intencional con el fracaso, que siempre ha sido una parte importante del arte moderno y que Warhol absorbió ya de estudiante, tiene su apoteosis en *Lonesome Cowboys*. El efecto de ese «fracaso» resulta aún más potente porque nuestro artista adoptó en la película numerosos marcadores de la cultura cinematográfica dominante —cortes, panorámicas y *zooms*; primeros planos y tomas de ubicación; vestuario y escenografía—, lo que genera la expectativa de ver un contenido y unos efectos convencionales (una «concepción coherente») que el vanguardista de Warhol no podía ni pensar en producir. Su negativa a «hacerlo bien» hace que la película sea aún más impactante y difícil. Se filmó dieciocho meses antes de los disturbios de Stonewall, por lo que las reinonas y lo *camp* eran más explícitos que en cualquier otra obra que Warhol hubiera estrenado hasta entonces: trataba el tema sagrado de la frontera estadounidense con un abandono verdaderamente gay. Según la historia que cuenta *Lonesome Cowboys*, el avance hacia el Oeste se produjo gracias a las boas de plumas y el rímel, con el peyote y el cáñamo como fuerza impulsora.

The Chelsea Girls permitió al estadounidense medio descender al *underground* warholiano, donde encontró más o menos lo que esperaba; *Lonesome Cowboys*, en cambio, elevaba el *underground* al nivel medio de vida en Estados Unidos, lo que constituía una propuesta mucho más aterradora. Cuando se estrenó en Atlanta, la policía de la ciudad fotografió al público para incluirlo en sus archivos de «indeseables».

El último día de enero, cuando Warhol volvió a su nuevo estudio de Union Square, el mundo en el que se instaló era muy distinto de aquel donde había vivido durante los cuatro años de su Silver Factory.

Podría decirse que el rodaje de *Lonesome Cowboys* fue el último aliento del fértil caos que había poblado aquella escena anterior. «El nuevo arte son los negocios», le dijo Warhol a un periodista en primavera, y ese aforismo dio un nuevo enfoque a su vida y a su obra que los moldearía durante las siguientes dos décadas y que, después, moldearía su reputación el resto de su vida.

Ese cambio ya se había iniciado durante los últimos meses que pasaron en el espacio de la calle Cuarenta y siete. Paul Morrissey, que empezaba a desplazar a Malanga y Billy Name como segundos de Warhol, estaba buscando «una atmósfera más empresarial», según Susan Pile, cuando separó un tercio de la antigua Silver Factory para dedicarlo a espacio de oficina, que complementó con las últimas máquinas de escribir eléctricas y todo. «Es feísimo. Lo odio mucho», dijo Warhol, a pesar de haber permitido que sucediera. Es como si estuviera viendo venir su futuro de orden pero aún se sintiera incómodo por abandonar aquel pasado de desorden por el que había trabajado tan duramente.

«Todo está yendo mal, así que he decidido que vamos a organizarnos y hacer las cosas bien de verdad —le dijo a un amigo suyo taxista por esa época, quejándose de los robos de material que se producían en la calle Cuarenta y siete—. Nadie puede estar en la Factory sin hacer nada. Tienen que barrer o limpiar, o si no tienen que irse». Pero restaurar el orden en un estudio que se había vuelto caótico era solo una de las razones de Warhol. En ese mismo trayecto en taxi, dejó claro que la rebeldía había dejado de ser vanguardia para convertirse en el nuevo *statu quo*: «Ahora todo el mundo quiere, ya sabes, ser alocado, así que se ponen ropa rara y cosas así, y entonces se vuelven como todos los demás».

Warhol se dio cuenta de que la única forma de seguir avanzando era dar un paso atrás, volver a tiempos más ordenados, y Paul Morrissey fue su reaccionario particular. «Las drogas ya están pasadas —dijo este en una aparición que hizo junto a nuestro artista cuando todavía se estaban instalando en Union Square—. Este año la moda es el alcohol, las vitaminas y cosas de esas saludables y al aire libre». Esa opinión era principalmente fachada: las reuniones nocturnas de la pandilla de Warhol en Max's Kansas City no eran en absoluto sobrias ni estaban faltas de drogas. Pero una consecuencia que tuvo la lentitud de la renovación del nuevo estudio es que este fue inaccesible durante los meses de obras, lo que obligó a que la escena social de Warhol se transfiriera entera a Max's, como «una especie de sustituto de la Factory», según cuenta un testigo del cambio. Puesto que el local absorbió la energía contracultural restante de la calle Cuarenta y siete, el espacio de Union Square pudo adoptar su aura corporativa: «Un poco fría, nada acogedora», dice el mismo testigo.

Morrissey era el encargado de mantener el orden, y se convirtió en Paul, el gran hermano feroz, el hermano mayor de la multitud de pseudohijos de Warhol: «Los pone a todos firmes y mantiene las cosas en funcionamiento de la forma más profesional posible», según escribía un periodista esa misma primavera de 1968.

Warhol emprendió el mismo cambio en lo tocante a su personaje público. En vez de proyectar una excentricidad bohemia —que había adoptado mucho tiempo atrás, con aquellas máscaras de carnaval que entregó a sus primeros clientes— empezaba a revelar un lado más convencional. Fue uno de sus típicos gestos a la contra: «Llevamos años construyendo esta imagen *camp*, y ahora que eso es lo que la gente espera, nos volvemos serios», dijo, justo cuando su estrategia ya estaba en marcha.

Un periodista que lo había conocido poco tiempo antes expresó su sorpresa al encontrarse con «un individuo bastante común y convencional; un buen tipo, en realidad, no uno de esos listillos con los que sueles toparte entre los personajes públicos del mundo del espectáculo». Otra se explaya explicando que la vida de Warhol seguía un patrón sorprendentemente ordenado que incluía atender responsabilidades sobre «asuntos personales y comerciales», sacar adelante su producción e incluso cuidar de su madre enferma. Nuestro artista, que aparece descrito como «bondadoso y comprensivo», llegó a permitir que la periodista conociera a la anciana. El relato que escribió acerca de algunos de los hábitos más extraños de Warhol hacía que parecieran más bien rutinarios, o al menos para alguien tan raro como él. Cada noche, escribió, después de la hora de cierre de Max's, «Andy se marcha a casa para pasar las horas siguientes viendo películas antiguas en la televisión, comiendo bombones de cereza y manteniendo largas conversaciones telefónicas con la gente de la que acaba de despedirse. Cuando las películas terminan y empiezan los programas matutinos de gimnasia, Andy se va a la cama».

La «vuelta al orden» de Warhol implicó también una gran reorganización en su círculo social. A Rod La Rod, símbolo casi perfecto del desorden de la vieja Factory —el hecho de que fuera tan salvaje era un atractivo para nuestro artista—, lo echaron pocas semanas antes del traslado a Union Square, después de que Morrissey y otros cuantos pusieran todo su empeño en conseguirlo. (Se acercó a Warhol por última vez a finales de febrero, quedo y con los ojos vidriosos: «Dijo que no volvería a llamarme —aseguró este—. ¿Qué está haciendo aquí?».) Ivy Nicholson había sido exiliada después de dejar su recuerdo fecal, y Ron Tavel y Mary Woronov se habían metido en el teatro radical a causa de sus enfrentamientos económicos con Warhol. Ondine se fue con ellos. Entre Ondine y Warhol no hubo una ruptura explícita o dramática, pero después de que aquel optara

por no unirse al equipo de rodaje en Tucson (temía que escasearan las anfetaminas), desapareció del todo. Algunos de los warholianos más jóvenes que habían llegado en 1968 ni siquiera tuvieron ocasión de conocer a Ondine. Solo unos años después, volvía la vista a la Factory con amargura y una sensación de traición: «Siempre que vea a Warhol o Morrissey en la calle, los voy a ignorar. Quiero decir, puede que incluso escupa. O sea, ya no puedo tolerarlo más. Llevo una vida en la pobreza más abyecta por culpa de esos hijos de puta».

Taylor Mead también estuvo ausente la mayoría del tiempo después de su papel protagonista en *Lonesome Cowboys*, pues creía que Warhol no estaba cumpliendo las promesas que le había hecho, ese mismo invierno, de ayudarlo a filmar sus propias películas, grabar un disco, salir en televisión y publicar un libro: «No hizo nunca ni una de esas cosas».

Viva, reina del desorden, tampoco encajaba en el nuevo régimen de orden del estudio. Un día, en la primavera de 1968, enfurecida porque no le habían dado una llave del edificio de Union Square, intentó desmontar el pomo de la puerta empleando una moneda de diez centavos y una horquilla, y diciendo: «Me han dejado fuera y yo los voy a encerrar ahí dentro». Warhol pilló a Viva con las manos en la masa. «¿Por qué no tengo la llave de este sitio? ¡No me tratan con respeto por aquí!», gritó al tiempo que le daba un bolsazo a Warhol en la cabeza, todo bajo la mirada de una periodista. «Estás loca, Viva», fue la fría respuesta de este.

Aquel otoño, David Bourdon recibió una «histérica llamada de teléfono» que demuestra que Viva y Warhol ya no estaban en buenos términos en absoluto. «Están intentando hacerme lo que le hicieron a Edie Sedgwick, lo que sea que le hicieran —dijo ella—. Pero van a descubrir que estoy hecha completamente de otra pasta». Se inventó diversas demandas, y Warhol contraatacó con insultos, al menos en su versión de los hechos, pues se supone que le dijo: «Si no fuera por mí, no serías nadie. Te he convertido en lo que eres hoy. Mira dónde estabas hace dos años».

Para finales de noviembre, Viva estaba fuera del círculo de Warhol, gracias a un billete de avión a París que le compró él («a regañadientes», contó la actriz) y a una donación de setecientos dólares como «dote» para el actor francés con el que supuestamente ella iba a casarse allí, lo cual no ocurrió.

La salida de Billy Name, uno de los primeros y más importantes habituales de la Factory, fue más lenta pero aún más notable. Ya antes de la mudanza se había ido recluyendo cada vez más en sí mismo y en su rincón oscuro de la ya no tan plateada Silver Factory. En los meses posteriores al traslado, se retiró casi por completo a un cuarto oscuro que se construyó para él en la zona del fondo del nuevo estudio, a

pesar de las objeciones que puso Paul Morrissey. «Le decía a Andy cosas como "Oh, no, Billy no puede quedarse allí porque lo pintará todo de plateado"», ha contado Name. A finales de esa misma primavera, se quejaba de que Warhol nunca hiciera honor a su «acuerdo» de que iban a pagarle cien dólares a la semana. («Me debe dinero. Perdí dinero con Andy»). Cada vez más descontento por el nuevo «puesto de gerencia» que le había usurpado Morrissey, apenas salió de su madriguera durante más de un año. «Andy ya no me necesitaba», así es como recordaba haberse sentido. Si llegaba a salir alguna vez era solo de noche, cuando se le podía ver buscando sexo en las zonas de *cruising* del cercano Stuyvesant Park.

«Billy siempre parecía saber bien lo que estaba haciendo, y yo simplemente no quise entrometerme». Así fue como Warhol (o su escritora fantasma) justificó después su decisión de no interferir.

Name se afeitó la cabeza: «Decía que los pelos le crecían para adentro, no para afuera», contó Lou Reed, un antiguo amante que logró tener acceso al refugio del ermitaño, en el cuarto oscuro. Pasaba sus días en meditación blavatskiana sobre el ocultismo, una actividad de lo menos warholiana. «Otra razón por la que me aislé fue, en parte, porque descubrí que cuando te acercas a los treinta tienes tu primer regreso de Saturno. El planeta regresa al lugar en el que estaba cuando naciste», explicó Name una vez, si es que cuenta como explicación. Se había convertido en el astrólogo oficial de la Factory: «Viva quería saber si debía operarse la nariz, le hice una carta astral. Y salió que no». Decidió empezar a usar como nombre S, solo esa letra, por «esencia», según dijo.

Su alimento principal era, como corresponde, la sopa Campbell's, que se tomaba fría, sin diluir y directamente de la lata, de un envío que la empresa le había mandado a Warhol como regalo. Se dice que Billy se acabó los treinta y dos sabores de sopa, aunque eso no concuerda con las versiones que dicen que el cuarto oscuro estaba sobre todo lleno de envases de yogur, ni con el hecho de que el propio Billy admitiera haber pedido también comida para llevar de Brownies. Por suerte para todos, su madriguera se había reconvertido a partir de un gran cuarto de baño, y uno de sus inodoros seguía en funcionamiento. Finalmente, un día de 1970, todo lo que quedó de Name fue una célebre nota, garabateada con un rotulador rojo de punta gruesa: ANDY, ME HE IDO PERO ESTOY BIEN.

Ondine era de la opinión de que Warhol había traicionado a su viejo amigo. «Billy fue muy leal a ese tipo. Durante un año esperó en la trastienda a que apareciera alguien. Pero nadie apareció. Andy Warhol ya no estaba. Se había marchado a otro sitio [… Name] entró en contacto con algo tan espiritual que la mayoría de la gente se asustaría de ello. No iba a salir a juntarse con aquellos mediocres». El relato de

Ondine sobre la nueva pandilla de Warhol no era del todo equivocado. Lo que no fue capaz de ver es que, veinte años antes de la apoteosis de Jeff Koons, la mediocridad ya estaba en camino de convertirse en la nueva excelencia.

Malanga, que antecedía incluso a Billy entre los acólitos de Warhol, desapareció con solo un poco menos de drama. Mientras la Factory buscaba su nuevo hogar, él estaba en Roma falsificando cuadros y, al regresar a Nueva York, tuvo que mantenerse lejos de su airado jefe. Su ausencia ayudó a cimentar el cambio de dirección del universo de Warhol.

El 8 de marzo de 1968, un fotógrafo tomó en Union Square una famosa instantánea de grupo que se tituló *Friends of the Factory*. Pero lo que impresiona de la foto es que pocas de las treinta y dos personas que muestra eran «amigos» reales de Warhol, y que representa muy bien la desaparición de la antigua Factory.

Igual que Morrissey reemplazó a Billy Name en la gerencia del estudio, podría decirse que el papel de Malanga como primer ministro del mundo de Warhol lo asumió un recién llegado llamado Frederick Hughes. Según el poeta, este se propuso desplazarlo desde el principio y, efectivamente, terminó siendo la mano derecha de Warhol durante veinte años (Malanga lo fue durante cinco años). Un día del verano de 1968, este apareció por invitación de Morrissey, y Hughes le escribió a Warhol una nota en la que decía: «He dejado de luchar contra la inevitabilidad de Gerard», como si su jefe estuviera de acuerdo en que, para entonces, Malanga debería haber sido evitable.

Warhol y Hughes tuvieron su primer encuentro reseñable el 3 de junio de 1967, en aquel lujoso evento de recaudación de fondos que organizó Merce Cunningham en la Casa de Cristal de Philip Johnson. Entonces, nuestro artista aun representaba la vanguardia: había llevado a la Velvet Underground como parte del entretenimiento experimental de la noche. Hughes asistió en calidad de miembro de la alta sociedad: había ayudado en la organización, como asistente de John y Dominique de Menil, los millonarios franco-texanos y los principales patrocinadores de la noche, a quienes Warhol conocía desde hacía varios años. Aunque Hughes tenía solo veintitrés años, ya había adquirido los modales y la actitud de la élite de la nación, lo cual debió de resultar atractivo para Warhol. Estaba desarrollando un gusto por los privilegios. Aquella noche, en la campiña de Connecticut, Warhol y Hughes fueron inseparables, y charlaron apoyados en el muro de un jardín:

> Mientras hablaban, la compañía Cunningham interpretó la música de John Cage. Fred y Andy hablaron durante los cócteles en el césped y durante la cena

encargada a la brasería Four Seasons. Hablaron durante los fuegos artificiales y mientras empezaba a sonar la Velvet Underground. Siguieron hablando cuando algunas personas, con el calor del baile, se tiraron a la piscina. Siguieron hablando cuando otros, que tuvieron frío por el aire fresco de junio, decidieron, sin saber que el regulador de tiro estaba cerrado, prender la leña de la chimenea de la Casa de Cristal. Es posible que hablaran hasta que llegaron la policía y los bomberos diciendo que la fiesta había terminado.

Hughes había recibido una buena formación en arte moderno en Houston, en el Departamento de Arte de la universidad, que financiaba y dirigía Dominique de Menil. Ella había conseguido que su clase conociera a estrellas del arte como René Magritte, Roberto Matta y, más especialmente, Duchamp, figuras todas ellas que formaban parte de la colección de Warhol. También había logrado que Hughes trabajara en la galería parisina de su mentor, Alexander Iolas, el extravagante marchante que le concedió a nuestro artista su primera exposición en Nueva York y que también organizaría la última. En Houston, Dominique de Menil había permitido que su alumno favorito colaborara en diversas exposiciones en la galería de la universidad; una de ellas incluyó sobre todo pop art y acababa de colgarla cuando conoció a Warhol. En ella se exponían gran cantidad de obras de sus amigos y rivales, así como otras tres del artista favorito de Warhol: él mismo. No es de extrañar que ambos se llevaran bien.

«En Fred Hughes reconocí a un joven que no solo tenía un ojo excepcional —dijo Dominique de Menil—, sino también instinto para lo que era importante: la calidad». El hermano pequeño del muchacho ha contado que Fred llevaba alimentando ese instinto desde su juventud más temprana, y que decoraba su habitación de la infancia con «halcones disecados, coronas de cabello humano, mariposas enmarcadas, una alfombra de tigre, un sombrero de copa hecho con piel de castor, cortinas de bambú y diosas de la fecundidad precolombinas». En el transistor de su hermano mayor sonaba sin parar música clásica y ya entonces tenía la ambición de ser uno de los hombres mejor vestidos del mundo, título que ganó tres veces.

En virtud de su parentesco con el millonario Howard Hughes, todo aquello podría haber sido normal, salvo que esa era solo una ficción proclamada por Fred, que llegó a vestir un brazalete negro cuando el magnate murió y fue por ahí suspirando: «Ay, tío Howard». En realidad, el padre de Fred Hughes, también Fred, era comercial de la Chromcraft Corporation, «la distinción para su mobiliario de comedor». Y si bien era cierto, en términos estrictos, que la familia vivía «bajando la calle» de los De Menil, tal como a Hughes le gustaba decir, este era un camino muy largo por una calle muy larga y desde un barrio mucho más humilde. (Sus amigos de Texas se tomaban con mucha filosofía sus maniobras. Tal como cuenta una de ellas:

«Poníamos cara de exasperación y decíamos: “Ya está Fred con sus cosas”»).

A pesar de sus raíces modestas, o más probablemente debido a ellas, Hughes pasó a ser el epítome, o casi una caricatura, de un pijo de típico de la zona alta: «Un urbanita, como suele decirse, un cosmopolita obsesionado con la vanidad social pero sin conciencia social», como lo describiría Malanga más tarde. Richard Gere, el actor, dijo una vez que Hughes era el único nativo de Texas que había conocido que hablara con acento británico. También fue uno de los primeros en adoptar el peinado engominado hacia atrás, al estilo Valentino, «brillante como una capa de melaza», que llego a ser icónico entre quienes rechazaban la contracultura de la década de 1970. Hughes, ha dicho un admirador suyo, «volvió a poner de moda el pelo corto como reacción a la policía hippie y al aspecto de Charles Manson», reconfigurando así la tradición como vanguardia. Solo unos años antes, cuando Warhol y la Silver Factory tenían el propósito de dejar atrás la tradición, aquella idea hubiera sido inconcebible.

Pero toda esa impostura se desarrolló sobre todo después de que Hughes conociera a Warhol y, en parte, con el estímulo del artista. En Houston, había empezado como «un chico de lo más encantador, vestido con normalidad», en palabras de un crítico que había conocido al joven a través de los De Menil. Un año después de su aterrizaje en la escena de Warhol, Hughes seguía teniendo el típico pelo largo y lacio de un dandi de Haight-Ashbury; y era famoso por haberse comprado una capa y unas botas de terciopelo morado que le llegaban por las rodillas. Una foto tomada meses después del inicio de la época warholiana en Union Square sigue mostrando a un Hughes de pelo largo con pinta de tener quince años y ataviado con una camisa psicodélica de satén verde; pasaba semanas con el mismo par de pantalones.

Para Warhol, el signo más sólido de que Hughes pertenecía a la élite era sin duda su reconocido papel como «delfín» de John y Dominique de Menil. Aquel día, antes de dirigirse a ver a Cunningham en la Casa de Cristal, los invitados de la pareja se reunieron para tomar una copa de champán y caviar en casa de los De Menil, donde Fred Hughes estaba, claramente, alojado. Esto, según dijo, es lo que incitó en un inicio el interés de Warhol hacia él. Fran Lebowitz describió una vez a Hughes como «un escalador social digno de una novela de Edith Wharton», y nuestro artista estaba deseando unirse a él en el ascenso.

Aunque la apariencia y los modales que Hughes llegó a perfeccionar podían hacer que pareciera un estirado, parte de su atractivo provenía de una faceta tontuela y vanidosa que nunca perdió del todo. «Es muy tontorrón. Es muy tontorrón. Tontorrón de verdad», así lo describió Warhol una vez, entre risitas, a causa de unos vaqueros que el chico

acababa de pintar de dorado con un aerosol. Casi todos los que conocieron a Hughes decían que podía ser un compañero encantador y muy divertido, y hasta «muy cariñoso y muy buen mentor», según un hombre gay que era más joven que él. El panegírico de uno de sus amigos hablaba de que «con Fred todo era magia. Bailaba como Fred Astaire, tenía la belleza de Cary Grant y la inteligencia de Nöel Coward». Pero su gente más cercana también menciona un lado más oscuro. Su compleja y conflictiva sexualidad hacía que por las tardes saliera con resplandecientes jovencitas y por la noche saliera a buscar un trato más rudo. Se despertaba lleno de moretones. En otras ocasiones tenía solo novios serios. Una antigua amiga suya lo define como pansexual. Su desmesurada ingesta de alcohol y drogas podía provocar en él una rabia cortante de la que nadie estaba a salvo, ni siquiera Warhol. Ambos empezaron a tener peleas desagradables en 1972, que se volvieron mucho más crueles durante los últimos años en los que siguieron trabajando juntos. La furia de Hughes se vio espoleada aun más por la esclerosis múltiple, que empezó a manifestarse a principios de los ochenta y, finalmente, acabó con su vida en 2001.

En 1968, uno de los primeros signos del gran papel que tenía Hughes en el nuevo ecosistema warholiano tuvo que ver con la decoración del local de Union Square. Si bien parece que todos los implicados estaban de acuerdo en que querían que el loft funcionara como una anti-Fábrica ordenada, Morrissey deseaba que tuviera el aspecto de una oficina exclusivamente utilitaria, para que «los chavales» que Warhol empleaba en sus películas acudieran «tan solo a hacer negocio, solo para buscar trabajo, y luego se fueran». Hughes, por otro lado, quería hacer algo fino y elegante, que permitiera a los visitantes relajarse y causara algún tipo de impresión. Después de enormes peleas, el recién llegado se salió con la suya, aunque el frugal de Warhol lo mantuvo a raya. De hecho, los nuevos escritorios estaban hechos de manera bastante barata, empleando archivadores como base y una plancha de madera recubierta de fieltro y una superficie de vidrio encima; Hughes consiguió ponerles espejos a aquellas bases, solo a los lados que estaban a la vista de los visitantes. De todos modos, quedó tan orgulloso de la decoración de Union Square que pronto estaba planeando un reportaje del espacio para la revista *House & Garden*.

Tal como Warhol debió de esperar desde su primer encuentro, Hughes pronto demostró ser muy útil como intermediario ante los De Menil. A principios de 1967, un obispo había recurrido a la pareja para pedirles ayuda en su búsqueda de obras con las que llenar el pabellón

dedicado al Vaticano en una exposición internacional que iba celebrarse en Texas. Los De Menil, incapaces de pensar en arte religioso reciente, le sugirieron que encargara piezas nuevas a algunos artistas de renombre, entre ellos Robert Indiana, Jasper Johns, Robert Rauschenberg y, por supuesto, Warhol. (Se supone que los clérigos no sabían que aquellos cuatro hombres eran homosexuales, pero los De Menil no podían desconocerlo). Para ver cómo podían unirse el arte y esta clase de ferias, Warhol, Hughes y los De Menil viajaron en un jet privado al pabellón estadounidense de la Exposición Universal de Montreal de 1967, donde se exponían los autorretratos con los dedos en los labios de nuestro artista. Parece que este regresó de aquel viaje con la determinación de darle a Texas una película mucho más aventurera que sus serigrafías en Montreal. En aquel rebelde momento de su carrera, cabría esperar que su propuesta fuera controvertida, del estilo de la blasfema *Imitation of Christ*. En cambio, bien porque quedó impresionado por aquel jet privado, bien porque lo inspiró algún tipo de sentimiento religioso interior, se le ocurrió una idea mucho más educada. Los De Menil les habían pedido una obra que fuera «apropiada para una iglesia», y Warhol propuso proyectar interminablemente tomas de puestas de sol, trasladando de ese modo la contemplación que encierra su metraje de *Empire* desde el tema del urbanismo sobrecogedor hasta el de la sublime naturaleza. Sin embargo, esa no es en absoluto la interpretación que dio de su película el propio Warhol. Tras filmar algunas de las primeras cintas junto al mar, explicó su visión en términos que responden directamente al concepto del arte por el arte, tal como se formulaba en 1967: «Es como un cuadro, de verdad. Era bonito, porque es como un cuadro de rayas con una bolita redonda que va moviéndose hacia abajo y el agua va adquiriendo colores distintos». Warhol cayó en la cuenta de que el abstraccionista Mark Rothko, conocido por sus composiciones partidas en dos, como la tierra y el cielo, estaba trabajando en una serie de lienzos oscuros para los De Menil; *Sunset* podría entenderse como un homenaje al maestro y también un intento de llamar su atención.

O quizá la verdadera motivación de *Sunset*, y también la de su amable quietud, fuera menos artística o religiosa que directamente económica, tal como Warhol admitió, más o menos, en una entrevista. Terminó sacándoles a los De Menil quince mil dólares como anticipo solo para los gastos de rodaje, una absurda sobreestimación cuyo excedente acabó destinado a pagar los costes de *Lonesome Cowboys*, o así lo afirmaba su escritora fantasma en los años ochenta. Después de haber filmado puestas de sol en San Francisco, Manhattan (desde la Quinta Avenida, con vistas a Central Park) y los Hamptons (aquel fin de semana que incluyó la batalla nudista de comida), Warhol se

enteró de que, al final, el pabellón de la iglesia había sido cancelado. Algunos de aquellos rollos de película terminaron en *Four Stars* —¿acaso hubo algún metraje suyo que no lo hiciera?—, lo que significaba que es muy posible que Dominique de Menil los viera la primavera siguiente, cuando le organizó una proyección de extractos de esa película y de *Imitation of Christ* en la Universidad Católica de Houston, la cual financiaba económicamente. «Andy es una persona maravillosa. Con mucha sustancia», fue la reacción de De Menil ante la oferta del artista, pero los teólogos de la facultad no quedaron tan convencidos. Su mecenas les había colado también *Flaming Creatures*, de Jack Smith, y luego el estreno en Houston de *Lonesome Cowboys*, y todo ello llevó a que la universidad rompiera su relación con los De Menil.

Aunque restaban aún dos años para que acabara la década, los sesenta de Warhol parece que ya estaban llegando a su fin en los primeros meses de 1968. Proyectos como *Sunset* y las estampaciones de J. F. K. se antojan el último aliento de su práctica artística puramente experimental, en la que se había embarcado en 1961 con el objetivo de crear nuevos objetos que emplearan una nueva apariencia para hablar sobre temas nuevos. Para 1968, esa aproximación tradicional del arte moderno, construido en torno a «cosas», aunque fueran artísticas, empezaba a verse ahogada por la nueva interpretación posmoderna del propio personaje de Warhol y por su jugueteo con lo empresarial, la publicidad y su séquito como nuevos medios artísticos, mucho más «mixtos» que cualesquiera que hubiera combinado antes. El contraste entre ambas opciones comenzó a hacerse evidente a principios de año, en Suecia, ni más ni menos.

El 9 de febrero de 1968, en Estocolmo, la temperatura alcanzaba como mucho unos pocos grados por debajo de cero, pero Warhol, siempre de sangre fría, llevaba dos pares de medias de un color rosa chillón bajo la ropa que componía su nuevo estilo East Village: jersey verde de cuello alto, chaqueta marinera con botones metálicos y unos pantalones tan gastados que hasta tenían agujeros. (De ahí que pudiera verse al menos el par superior de medias; no sabemos cómo recogió un periodista la información de que debajo llevaba otro par).

«Iba a mandar a alguien que se parece a mí —le dijo Warhol a David Bourdon, un amigo suyo y crítico de arte que también estaba allí—, pero ellos se enteraron, y tuve que ir yo. Aunque otra vez sí me funcionó, y nadie notó la diferencia». Extraña afirmación, dado que, justo el día de antes, el *New York Post* había publicado su confesión sobre la farsa de Allen Midgette. Puede que pensara que no era posible que la noticia hubiera llegado ya a Bourdon, en Suecia.

Esos «ellos» que habían descubierto el truco del *Doppelgänger* eran los organizadores de una gigantesca retrospectiva de Warhol cuyo preestreno iba a tener lugar ese mismo día de febrero en el Moderna Museet de Suecia. El museo tenía fama, entre los estadounidenses en especial, de ser el espacio de arte contemporáneo más ambicioso de Europa. Allí había podido verse a toda la vanguardia neoyorquina: Cunningham y Cage, Johns y Rauschenberg (este último con sus atrevidos lienzos completamente blancos que los suecos volvieron a fabricar según sus especificaciones), Oldenburg y Rosenquist y, en una de las primeras exposiciones europeas sobre pop art, al propio Warhol, allá por 1964, fecha en la que el museo publicó también un famoso ensayo de Geldzahler sobre nuestro artista. «Forma parte de nuestra política dar seguimiento a las personas cuya obra hemos expuesto antes cuando siguen haciendo cosas interesantes», dijo Pontus Hultén, director del museo, al que Bourdon describió como «un hombre alto, moreno, bien vestido, con un bigote negro y un tranquilo aire de confianza». Este conocía a Warhol desde finales de la década de 1950 y era admirador suyo desde la época de las *Latas de sopa*; hasta había asistido a aquel lanzamiento del falo plateado que hizo durante la visita del Papa. Así que no se tragaba ni por un segundo el personaje tontaina y vergonzoso de Warhol. Después de trabajar con él en la exposición, Hultén lo describía como «extremadamente sensible, una de las sensibilidades más penetrantes y analíticas con las que me he encontrado, de verdad».

Aunque la supuesta «retrospectiva» de Estocolmo no incluía muchas de las mejores obras de Warhol, probablemente daba una idea tan buena como era posible de su típica sensibilidad de los sesenta. Alcanzaba a los visitantes cuando estos aún estaban a algunos pasos de la puerta: toda la fachada neoclásica del museo, del suelo a los aleros, estaba cubierta por la combinación de magenta y amarillo del papel con las *Vacas*, evidenciando desde el principio que Warhol ya había dejado de ser un fabricante de objetos preciosos singulares. El mensaje quedaba grabado a fuego en el interior del museo, donde ninguna de las piezas se presentaba como objeto singular.

Marilyn aparecía veinte veces en su última encarnación multicolor, y cada una de las diez láminas estampadas del nuevo *portfolio* de Warhol se repetía dos veces en una enorme cuadrícula. A Estocolmo se enviaron también diez cuadros de las *Flores*, cada uno de ellos de tres metros de lado, junto con diez ampliaciones del tamaño de una cama de las *Nubes de plata*, que en esa ocasión eran apenas dignas de su título, pues estaban hechas de plástico transparente en vez de plateado y tampoco se mantenían en suspensión en absoluto. (Warhol invirtió bastante dinero en fabricarlas con las válvulas adecuadas, pero en Estocolmo había escasez de helio, o eso cuenta una versión; otra de

ellas afirma que las *Nubes* nunca llegaron a su destino y que hubo que usar unas enormes bolsas de plástico en su lugar). Asimismo, en la muestra había una docena de las *Sillas eléctricas*, también en un formato de cuadro nuevo y de mayor tamaño, serigrafiadas especialmente a expensas de Estocolmo.

Todas las obras demostraban que los «originales» de Warhol siempre podían hacerse de nuevo, incluso para una exposición que se anunciaba como una retrospectiva, y sobre todo para una exposición que jamás podría permitirse llevar obras de coleccionistas desperdigados por todo Estados Unidos y más allá. Fue un comisario de arte independiente llamado Kasper Koenig, que pronto llegaría a ser un potentado del mundo del arte, quien presentó primero la idea de la exposición a un benevolente y a la vez escéptico Hultén. Convenció al sueco de que podría hacerse la muestra pidiendo a Warhol que rehiciera una gran cantidad de sus obras clásicas y las enviara a Estocolmo como un solo paquete de lienzos enrollados. La unión entre economía y profundidad conceptual de la exposición se reflejó con particular evidencia en su enorme pila de quinientas *Cajas de Brillo*, que esta vez no tenían los logotipos serigrafiados sobre madera, como en su primera encarnación de 1964, sino que eran unas cajas de embalaje de verdad, de cartón, que el museo pidió directamente a Brillo para que se las enviaran desde el otro lado del Atlántico. Con las nuevas cajas de fabricación industrial, Warhol había «cerrado el círculo», dijo Hultén en la inauguración de Estocolmo: «El objeto real funciona igual a la hora de expresar el punto de vista del artista acerca de la cantidad y la intercambiabilidad».

Los visitantes del Moderna Museet no tenían por qué conformarse con el Warhol proveedor de objetos de arte a la antigua, por repetidos y diluidos que estos pudieran estar en la exposición. Podían verse también sus películas. Tres proyectores emitían una cinta con extractos empalmados de *Sleep*, *Eat* y *Bike Boy* sobre las paredes de las mismas salas que albergaban las pinturas iluminadas del artista, dando, por una vez, igual valor a los medios antiguos y los nuevos. (Para ello se emplearon unas luces extra compradas a un canal de televisión, lo cual, en aquel momento, se consideraba una «inspiradora» innovación en el diseño de exposiciones). El museo también programó pases en pantalla doble de *The Chelsea Girls* tres veces por semana, «la película más importante de los últimos diez años», en descripción de Hultén. Dijo de ella que revelaba que Warhol era «probablemente uno de los artistas más morales. Aborda situaciones éticas».

Para completar el retrato que la exposición ofrecía de nuestro artista, Hultén incluyó abundantes fotos de la vida en la Silver Factory e incluso contrató a una banda de la ciudad para que, en la

inauguración, tocara «explosivas ráfagas» de ruido similar al de la Velvet Undergound. (Se suponía que la propia Velvet debía llevar una ópera rock de *The Chelsea Girls* a Estocolmo, pero el plan fracasó). Las fotos de la Factory se repetían, aun en mayor cantidad, en el catálogo de la exposición, que era como una guía telefónica. Dadas las escasas probabilidades de que muy pocos extranjeros viajaran a Estocolmo, el libro se diseñó más bien para que funcionara como una versión portátil de la exposición que como el habitual catálogo explicativo. Estaba producido con una impresión barata, con un precio pensado para facilitar la venta. Además, reunía en una página detrás de otra la mayor parte de las obras pop de Warhol, incluidas docenas de ellas que no figuraban en la exposición, y cada una reproducida un número indeterminado de veces, como si el verdadero medio que el libro quisiera evocar fuera la propia repetición. Había también un sinfín de fotos de los acólitos del artista en plena acción bohemia, y ningún otro texto más allá de las páginas con frases que supuestamente habían salido de la boca y la mente del propio Warhol:

> Yo no leo. Solo miro las fotos.
>
> Nunca quise ser pintor. Lo que quería ser es bailarina de claqué.
>
> En el futuro, todo el mundo será mundialmente famoso durante quince minutos.

Esta última frase, la más famosa de sus citas, debe casi totalmente su difusión al lugar que ocupa en el catálogo del Moderna Museet, pues no existe la más mínima prueba de que Warhol la pronunciara jamás o, al menos, no hasta que todo el mundo empezó a adjudicársela como su salida ingeniosa más conocida. Como casi todo lo que decía, ni siquiera está claro que el comentario sea suyo, especialmente dada la gran diversidad de interpretaciones que se le han dado a lo largo de las décadas: con el sentido de que la nueva fama se desvanecerá muy rápido («nadie tendrá ya más de quince minutos») o de que será algo muy común («todo el mundo tendrá sus quince minutos») o de hasta qué punto se volverá global («la celebridad menor se extenderá pronto por todo el mundo»). Pero, claro está, las dudas sustanciales acerca de la autoría de la cita, y de su significado y peso exactos, únicamente la convierten en un ejemplo aún mayor y más puro de inestabilidad warholiana, una verdadera obra maestra del género, podría decirse. Incluso si no hubiera sido él quien la concibió, la frase no habría significado mucho para la cultura en general hasta que se convirtió en parte del espectro de su producción.

La enorme atención que le brindó la exposición de Hultén tuvo que complacer a Warhol. En un formato u otro, la muestra viajó a Ámsterdam, Berna, Berlín y Oslo, e incluso a la prestigiosa Documenta

de Kassel, cerca de la frontera con Alemania del Este, «la feria internacional más importante de Europa», como Ileana Sonnabend le recalcó a nuestro artista. Consolidó el estatus de Warhol entre el público europeo y en el mercado del arte del continente, que llevaba varios años en crecimiento. «Está hablando de algo muy serio, muy trágico, los problemas más básicos de la existencia, la vida masiva de las ciudades, el vacío de la existencia moderna», dijo Hultén, y algo parecido a esto se convirtió prácticamente en la visión europea general sobre Warhol, al menos entre sus admiradores y coleccionistas.

Privados en su mayoría de la presencia real del artista y de los chismorreos de la prensa sensacionalista sobre él y su pandilla, los suecos, los alemanes, los franceses y los italianos pudieron leer a Warhol a través de su obra y desarrollar una visión propia de la cultura estadounidense que este retrataba. Ya en 1971, un crítico hablaba de Alemania como el hogar de la «apoteosis» de Warhol. Rudolf Zwirner, uno de los primeros marchantes que tuvo en Colonia, cuenta que después de la debacle de la cultura alemana que supuso la Segunda Guerra Mundial, su generación se encontraba especialmente abierta a las nuevas energías artísticas que llegaban de unos Estados Unidos que ellos veían como salvadores: «Estábamos resurgiendo de las cenizas, como el ave fénix, gracias a Estados Unidos». Como explica Geldzahler, «si estás acostumbrado a tomar sopa casera», este era su caso, como parte de la clase alta, «las cien latas de sopa [de Warhol] son terriblemente deprimentes. Si no estás acostumbrado a tomar ninguna sopa», este era el caso en la Alemania de posguerra, «las cien latas de sopa son una visión próspera».

Ya antes de que se inaugurara la exposición de Hultén, Zwirner había visitado a Warhol en Nueva York y le había encargado cuatro de los *portfolios* de Marilyn, y también intentó hacerse con la venta de algunas piezas de la muestra de Estocolmo. El marchante consideraba que nuestro artista había cambiado la cultura entera: «La distinción entre alta y baja ya no existían». También descubrió que, en contra de lo que esperaba, el «exceso» de oferta de obras de Warhol podía favorecer a su mercado en vez de perjudicarlo: cuando un cuadro alcanzaba un buen precio, había otro bastante parecido a la espera de venderse aún mejor. Warhol llegó a hacer algunos de sus mejores negocios con y gracias a Zwirner y a una red de marchantes del norte de Europa que fueron especialmente habilidosos distribuyendo sus obras tanto entre los nuevos museos del continente como entre los coleccionistas que eran sus donantes. Los marchantes comerciales de Europa deseaban incluso mostrar y vender sus películas como productos reales de mercado, algo que, en Estados Unidos, hubiera sido inaudito. La inauguración de Estocolmo coincidió con la clausura

de una muestra individual de Warhol en la galería de Heiner Friedrich, en Múnich —el marchante se convertiría después en uno de los principales apoyos de nuestro artista en Nueva York—, y estuvo seguida por su primera exposición comercial en Londres.

Por provechosa que resultara para Warhol la exposición sueca, ese mismo éxito suscitaba, inevitablemente, algunas dudas. Al observar el retrato que la muestra había puesto tanto cuidado en transmitir de él, el artista vería una imagen que empezaba a parecer bastante anticuada. Un crítico sueco especificó que la exposición le había gustado a pesar de que no ofrecía «nada nuevo, nada con lo que sorprenderse». De hecho, no había rastro ni de las últimas obras ni de los últimos gustos de Warhol, y mucho menos de su nuevo personaje, expurgado, que no concordaba ya con la bohemia exagerada que podía verse en las fotos de Estocolmo. No había mención de *Lonesome Cowboys* por ningún lado (aún estaba pendiente de edición) ni rastro del ambiente profesionalizado de Union Square.

Si acaso, la exposición de Estocolmo manifestaba cierto vacío en las obras de sus paredes. Aquellas piezas, en su repetición de imágenes e ideas anteriores, corrían el mismo riesgo de aburrimiento que todas las obras de arte cuando se convierten en mercancías, literalmente en el mercado del arte, pero también en el mercado de la alta cultura. Era imposible que nadie, y menos aún Warhol, pudiera sentir ante aquellas versiones tardías la misma emoción que habían provocado las *Marilyns*, las *Sillas eléctricas* y las *Cajas de Brillo* cuando aparecieron por primera vez como declaraciones incomprensibles e intolerables. Las nuevas versiones eran fundamentalmente tolerables y comprensibles, ya no como declaraciones audaces, sino como objetos atractivos que la gente deseaba ver y poseer. En los últimos años de la década de 1960, muchos de los colegas más jóvenes de Warhol creían que casi todo el arte tradicional centrado en objetos había perdido el impacto y la seriedad que tuvo en otros tiempos. A sus ojos, y a los de nuestro artista, podía entenderse que las repeticiones y la superficialidad de las obras expuestas en Estocolmo, esta vez en gran tamaño y colores más llamativos, dibujaban un audaz retrato de esa misma insignificancia, al contrario de lo que habría hecho una exposición de sus primeras *Marilyns* y *Cajas de Brillo*. Este planteamiento permite que la nueva exposición parezca en su conjunto más importante y más lúcida, pero también convierte los objetos que contiene en poco más que ilustraciones del turbador final de una época.

Warhol intentó introducir al menos una nota verdaderamente nueva en aquella retrospectiva. Durante un día o dos, sustituyó sus películas por el manual de instrucciones que venía con los proyectores alquilados del museo, de modo que los visitantes pudieron ver un

sinfín de imágenes de dedos enhebrando la película en las mismas máquinas que los proyectaban: esto añadía un toque del conceptualismo autorreferencial vigente en la época a una exposición que, de otro modo, corría el riesgo de ser leída como pop puro. (Ileana Sonnabend no lo entendió: «Esto llama muchísimo la atención —le dijo a Warhol—. Y rompe la unidad del espectáculo»). Nuestro artista había dado también un pequeño paso para actualizar su imagen. Al planificar su viaje a Suecia, había dejado atrás al ramillete habitual de acólitas para elegir a Viva, la única superestrella de la época posterior a *The Chelsea Girls*. La actriz causó gran impresión en la inauguración, con un estilo que parece casi de la década de 1970: botas altas beis y un vestido largo de gala floreado de los años treinta, coronado por un «peinado "Brillo" (cardado y despeinado)» que recuerda las permanentes que pronto se verían en todas las mujeres.

«Trajimos a Viva porque íbamos a hacer una película obscena aquí, en Estocolmo —dijo Warhol—, pero los planes no salieron». Esos «planes», sin embargo, no tenían que ver con otro de sus intentos con el género de la *sexploitation*, sino con una producción totalmente comercial, que recibió una importante financiación sueca y que habría satirizado la propia industria del porno del país. Incluso mientras observaba cómo se desplegaba su antigua carrera pop en el Moderna Museet, Warhol seguía dando pasos para forjar una nueva trayectoria con la que crear nuevas formas de cultura popular en lugar de limitarse tan solo a hacer comentarios sobre las antiguas.

La exposición de Estocolmo, que envolvía esa carrera pop con un lazo gigante y vistoso, señalaba que todo lo que había en ella pertenecía definitivamente al pasado. Ahora Warhol era libre para seguir adelante.

Ileso, trabajando en su nuevo estudio, y el mismo escenario justo después de que le dispararan.

35
1968

VALERIE SOLANAS | EL *MANIFIESTO SCUM* | *I, A MAN* | LOS DISPAROS | EL HOSPITAL | EL ARRESTO

«Mi vida no pasó por delante de mí ni nada. El dolor era demasiado».

Era una típica bala de calibre 32. No era una 45 de pistolero para reventarte las tripas, tampoco una afeminada 22; era un calibre 32 típicamente estadounidense: podría decirse que era la sopa en lata de las balas, comercializada desde 1899, un año después de que Campbell's Condensed llegara a las tiendas.

El proyectil atravesó a Andy Warhol por el costado derecho, justo debajo del brazo. Empezó a desangrarse, allí tirado y jadeando, con el pulmón perforado. La pistolera se volvió entonces hacia Fred Hughes, que no estaba muy lejos, arrodillado y con las manos levantadas suplicándole: «¡Valerie, soy inocente!».

> Ella le puso el arma en la cabeza y dijo: «¡Te voy a matar!». Y él: «Oh, Valerie, no dispares». Y ella: «Tengo que hacerlo». Y se abrió la puerta del ascensor, ¿no? ¡Y estuvo a punto de dispararle a Fred! ¡Tal cual! ¿Sabes? ¡No había razón alguna para que se abriera! En el ascensor no había nadie. Y Fred dijo: «Mira, ahí está el ascensor. ¿Por qué no lo coges, Valerie?». Fue una genialidad por su parte decir eso, porque estaban a punto de volarle la cabeza. Y ella dijo: «Oh, pues es una buena idea». Y se metió en el ascensor.

Así es como Paul Morrissey recordaba el último de los dos o tres traumáticos minutos, hacia las cuatro y media de la tarde del 3 de junio de 1968, que partió la vida de Warhol en un «antes» y un «después» y que casi acaba con ella.

Valerie era Valerie Solanas, una mujer de treinta y dos años que había sido una de las figuras menores en los días de la Silver Factory. Cuando Warhol la conoció, a finales de 1965, ya era parte de la vida callejera del Greenwich Village, literalmente: vivía en las calles del barrio y también de ellas, pues allí mendigaba y se prostituía buscándose el pan de cada día.

A veces la gente le preguntaba:
—¿De dónde vienes?
—Del río —respondía ella.
—¿Donde vives?
—En ningún sitio.
—¿Quién eres?
—Nadie.

Solanas no era en absoluto la típica vagabunda, ni siquiera en los días en los que no tenía un techo sobre su cabeza, o en los que, de hecho, dormía sobre un techo. (A menudo conseguía reunir lo suficiente para pagar una habitación diminuta en las profundidades más oscuras del hotel Chelsea; comía, sola, en el autoservicio Horn & Hardart que había allí cerca). Tuvo una infancia nada idílica en la Costa Este —contaba que su padre había abusado sexualmente de ella—, estudió psicología en la Universidad de Maryland, College Park, donde le fue muy bien, pero abandonó la escuela de posgrado en Minnesota después de cursar un año. Terminó vagando a la deriva en Nueva York, pero nunca perdió del todo sus ambiciones intelectuales. Cuando no estaba ganándose el pago de su habitación a través de la mendicidad o del trabajo sexual, se esforzaba por difundir sus ideas radicales, que eran un ataque a la misoginia desbocada que veía y sentía en el mundo que la rodeaba. Reunió su filosofía acerca del género en un panfleto mimeografiado de veintiuna páginas titulado el *Manifiesto SCUM*, que establecía los principios de la Sociedad para Hacer Picadillo a los Hombres (SCUM, por sus siglas en inglés), la cual tenía como fundadora a Valerie Solanas y como única integrante a Valerie Solanas.

Anunció sus objetivos en un cartel de reclutamiento que lucía el dedo corazón orgullosamente erguido de una mano femenina. SCUM se estaba organizando, decía el cartel:

– Para llevar a cabo una toma femenina del poder, para acabar con la producción de machos. (Hoy es técnicamente posible reproducirse sin la ayuda de machos y producir solo hembras).
– Para empezar a crear un mundo femenino jovial, fantástico, lo nunca visto.
– Para acabar con este mundo masculino duro, gris, estático y aburrido, y borrar del mapa el feo y lascivo rostro del hombre.

Aunque es evidente que Solanas padecía un trastorno mental, estaba bastante en sintonía con muchos de los pensadores radicales cuyas ideas se filtraron en la contracultura de su época y más allá. Si Abbie Hoffman podía decirles a los lectores que robaran su libro (y que fabricaran sus propias bombas), y los Panteras Negras podían insinuar que, cuando los cerdos blancos disparaban, había que responder, tampoco estaba tan lejos afirmar que la opresión genuina que las

mujeres llevaban sufriendo durante siglos solo acabaría poniéndole al patriarcado un cuchillo en la garganta (o, quizá, una bala en el pecho). O, al menos, dicho final podía entenderse como una sátira feroz. «Descargaba toda su ira en lo que escribía —declaró un conocido suyo—. En persona, ella era muy dulce, nada agresiva».

En un momento en el que tanto la imagen de Warhol como su obra artística y su Factory se estaban haciendo un hueco en lo más extremo de la cultura *underground*, la combinación de inteligencia, agresividad y rareza que representaba Solanas hizo que encajara perfectamente en aquel grupito. En la Factory, la enfermedad mental no era algo que excluyera: Gene Swenson y Jill Johnston, que eran críticos brillantes, habían pasado alguna temporada en hospitales psiquiátricos, igual que Edie Sedgwick y muchos otros notables camaradas de Warhol. «Nadie sospechaba nada de Valerie Solanas —ha contado Billy Name—. Era bollera y escritora. Una bollera literaria, muy *butch*, muy típica, no parecía tener nada fuera de lo común», o, al menos, nada más fuera de lo común de lo que podía tener un gay adicto al *speed* que se autodenominaba el Papa o una heredera obesa que se pinchaba a través de los vaqueros y enseñaba los pechos a la mínima que hubiera una cámara delante.

Solanas no estuvo nunca particularmente en el centro de la escena de Warhol: «Solo acudió dos o tres veces, no era parte de la pandilla», dijo Morrissey, pero sí era una de las muchas prometedoras excéntricas que podían aparecer por allí. La primera vez que fue a la Factory le dio a Warhol su primer texto digno de mención, una obra de teatro divertida y absurda titulada *Up Your Ass* que trataba sobre una prostituta callejera que les da un buen repaso a un par de clientes. A nuestro artista le encantó lo sucio que era el texto, pero le hizo sospechar que Solanas pudiera estar colaborando en alguna clase de operación secreta con la policía; de hecho, hasta llamó a un amigo para comprobar si era de fiar. Quizá fueron aquellas dudas las que hicieron que Warhol perdiera la pista del guion en medio del barullo de la Factory; cuando Solanas le pidió que se lo devolviera, no lo encontró. Sin embargo, está claro que tampoco se tomó muy en serio sus propias sospechas: a finales del verano de 1967, la metió en una película del género *sexploitation* llamada *I, a Man*, que era la versión de una aburrida película porno sueca titulada, por supuesto, *I, a Woman*. De hecho, este nuevo proyecto se lo había encargado un cine erótico, y Paul Morrissey dijo que era la «primera película con una historia» que hacían, aunque fuera solo una historia simple, en la que un hombre tiene encuentros sexuales con ocho mujeres. Solanas, en el papel de una de esas mujeres, y ataviada con la gorra de *butch* que en la Factory le había granjeado el apodo de Valerie la Gorras, prácticamente se interpretó a sí misma. Se le dio muy bien dominar al

hombre que la oprimía: «Juego con ventaja, no lo olvides —le dijo a su compañero de reparto—. Tu instinto te lleva a elegir a las chicas, ¿verdad? Pues mi instinto me dice lo mismo. ¿Por qué tendrían que ser mis valores inferiores a los tuyos?».

Conseguir aquel papel, por el que le pagaron veinticinco dólares, debió de darle a Solanas la sensación de que Warhol apreciaba su talento. (Aunque este dijo una vez que solo lo había hecho para darle algo de dinero, porque lo necesitaba de veras). En una sesión de visionado de los brutos, uno de los espectadores contaba que Warhol y ella parecían «muy relajados y amistosos». Las cartas sobre la película que Solanas le envió en agosto de 1967 son bastante respetuosas y comedidas: pide que se escribiera su nombre correctamente en la prensa, y se queja de los fallos de sonido de la grabación, pero elogia el trabajo del cámara. (Aunque en una posdata sí empieza a mostrar signos de paranoia, imaginando que Warhol ha cambiado palabras en sus escenas). Ese mismo mes, Solanas envió al artista un cartel de SCUM y le adjuntó una nota bastante calculada: «Quizá puedas colgarlo en tu Factory […]. Quizá te apetezca unirte al grupo auxiliar de hombres».

Fred Hughes dijo de Solanas que era «una chica muy muy brillante», y contaba que Warhol solía hablar con ella por teléfono, tratando de meterla en otros proyectos que no fueran «aquel tipo de asuntos sobre manifiestos chalados». Incluso, muy a finales de 1967, ambos tuvieron una larga conversación —una de muchas—, en la que ella no suena mucho más desintonizada que él: hablaron de vibradores, mujeres («la maquinaria más bonita que existe») y del papel de Warhol en el grupo auxiliar de SCUM. «Estás en el grupo auxiliar de hombres —le decía Solanas—, pero de ningún modo estás en la lista de los que se salvan. No solo tienes que ser bueno, ya sabes, tienes que evitar el mal». En la primavera de 1968, antes de que Solanas alcanzara notoriedad, un periodista la consideró digna de mención como una de las acólitas más notables de Warhol.

Fue más o menos por esa época cuando su excentricidad comenzó a convertirse en locura. Solanas se volvió cada vez más paranoica: pensó que su habitación estaba intervenida y que leían su correo. Empezó a amenazar cuando iba a Max's: «Voy a acabar con todos los hombres», le dijo a Lou Reed.

Su paranoia afectó también a la pérdida del texto mecanografiado de *Up Your Ass* por parte de Warhol, hecho que conocía desde hacía dos años y al que claramente había puesto remedio produciendo nuevas copias. Pero entonces empezó a interpretar la desaparición del guion como un acto de piratería sobre su propiedad intelectual, y como parte de una gran conspiración entre Warhol y un editor de vanguardia llamado Maurice Girodias. Creía que el francés la había

obligado a firmar un contrato que prácticamente le hacía dueño de su alma. (En realidad, le había avanzado un primer pago de quinientos dólares por una novela acerca de su vida sin tener la certeza de si llegaría a materializarse). Warhol mandó a Solanas a que consultara con el abogado de la Factory para tranquilizarse, pero, aun así, ella se negó a reconocer que aquel acuerdo no era más impositivo que cualquier otro. Nadie pudo convencerla de que nuestro artista tenía entre poco y ningún interés en apoderarse de sus textos. Empezó a llamarlo a todas horas para quejarse de la situación.

A principios de 1968, las cartas de Solanas a Warhol están ya totalmente envenenadas. «Gusano —le escribió—, si tuviera un millón de dólares, en dos semanas tendría el control total sobre el mundo; tú y el gusano de tu compañero, Girodias (dos multimillonarios) juntos controláis solo a los vagabundos de las alcantarillas». En otra dijo: «Papi, si me porto bien… ¿me darás una escena en alguna de tus películas de mierda? Oh, gracias, gracias». Y cuando Warhol le hizo la oferta conciliadora y altruista de pagarle el billete de vuelta a casa desde California, donde Solanas estaba visitando a su hermana, todo lo que se llevó fue un «Métete el billete de avión por el culo», que le llegó en un sobre dirigido a «A. Warhol, gilipollas».

«Tenemos mucha gente rara por aquí, todos van y vienen sin molestar a nadie y nosotros tampoco los molestamos —dijo el artista —. Pero ella era una verdadera lata y no le prestábamos mucha atención».

Warhol era un objetivo bastante improbable al que agredir si luchabas por los derechos de la mujer. Puede que no tuviera el carnet de feminista y, probablemente, no prestó al nuevo arte feminista tanta atención como habría podido, pero siempre dio mucho más espacio a las mujeres, en su obra y su escena, que a la gran mayoría de artistas varones de su época, cuya misoginia manifiesta era una enfermedad social. Una antigua compañera de galería afirma que, en la década de 1950, Warhol ya mostraba un respeto real por las mujeres artistas. En los años setenta, declaró que los tejidos de los nativos americanos era «otra prueba más de que las mujeres son las mayores artistas del mundo» y más tarde señaló a Lynda Benglis, Alice Neel y Louise Nevelson como sus tres mujeres artistas favoritas, en un momento en el que la mayoría de sus compañeros masculinos no habrían nombrado ni a una sola. Tanto en sus películas como en su séquito, las mujeres fuertes y con carácter ocuparon un lugar destacado que sin duda no tenían ni en el resto del cine ni en la sociedad estadounidense de entonces. Cuando Warhol pagó a Solanas para que apareciera en *I, a Man*, su fuerza, su inteligencia y su carácter debieron de tener tanto que ver en ello como cualquier sentimiento caritativo que, por una vez, se apoderara de él. Desde la universidad, y probablemente mucho

antes, Warhol se identificaba mucho más con la cultura de las mujeres que con el machismo habitual de la sociedad; el desprecio que había sufrido como hombre homosexual afeminado tenía ciertamente puntos en común con la misoginia que soportaban todas las mujeres en los Estados Unidos de la época de posguerra. Todo ello nos hace pensar que el atentado de Solanas no tuvo apenas nada que ver ni con la realidad de Warhol, ni con las ideas políticas de ella, sino que fue producto de los delirios de su mente. Pero dos años antes, un articulista de cine ya había visto que el ascenso contracultural de Warhol invitaba también a una caída inevitable: «Era solo cuestión de tiempo —predijo— que alguien se sintiera provocado y disparase, y Andy se derrumbase».

La mañana del lunes 3 de junio de 1968, Nueva York era un lugar bastante insulso. La portada de *The New York Times* mostraba la mezcla habitual de noticias de finales de la década de 1960: una marcha contra la pobreza; la integración racial en las escuelas; problemas en Francia, Italia, Israel, Turquía… y, por supuesto, Vietnam. La ciudad en sí apenas merecía mención. Ni siquiera el clima tuvo nada especial: el pronóstico indicaba unas máximas típicas de mediados de los setenta, nubes y algún que otro chubasco.

Es probable que Warhol durmiera hasta tarde aquel día, por lo general solía hacerlo, y además, en ese momento tenía *jet lag* porque acababa de volver de filmar una película de surfistas (o algo así) en San Diego. En todo caso, tampoco tenía nada urgente que hacer aquel día, ni nada excitante previsto para aquella semana. No tenía cuadros que serigrafiar, el encargo de *Sunset* para los De Menil no había salido adelante, y el único trabajo cinematográfico pendiente que le quedaba era la edición de *Lonesome Cowboys* y del nuevo metraje de los surfistas. Hizo su habitual ronda de llamadas matutinas, incluso a Fred Hughes, que le contó que volviendo de Max's la noche anterior le habían atracado y robado su reloj favorito. Nueva York ya no era lo que había sido cuando Warhol se mudó allí, diecinueve años antes.

Nuestro artista se vistió, con un conjunto perfecto para su personalidad postmod de Union Square: pantalones holgados de pana ancha oscura, un jersey oscuro y un pañuelo claro que se ajustó bien al cuello, y una chaqueta de cuero entallada y de color castaño que había sustituido a la negra de motorista. («Como el resto del mundo llevaba cazadora negra de cuero, él se ponía una de cuero marrón», contaba Billy Name). Cogió su última bolsa de viaje gratuita, esta vez obsequio de Irish International Airways, y su fiel magnetófono Uher y se fue a comer con Bert Stern, un fotógrafo que es más conocido por los retratos que hizo de Marilyn Monroe en sus últimos días, pero que

también había fotografiado a Edie Sedgwick. Después, inusualmente, Warhol fue caminando desde el centro hasta su nuevo estudio, donde estuvo charlando con el conserje antes de tomar el ascensor hasta el sexto piso y el destino que allí le esperaba.

Ese mismo día, Valerie Solanas se había levantado temprano, en la habitación que fuera entonces su alojamiento, pues la habían echado del hotel Chelsea el octubre anterior. («Quería acabar con todos los hombres —declaró el gerente—. Sus actividades no cuadraban bien con el resto de inquilinos»). Dedicó un especial cuidado a su aspecto: se maquilló los ojos, se pintó los labios y se puso un vestido, todo ello casi inaudito para ella. Una de las primeras paradas que hizo fue en casa de su amiga May Wilson, una artista bohemia de sesenta y tres años del entorno de Ray Johnson que vivía en un estudio al lado del Chelsea. Desde hacía un tiempo, esta había dejado a Solanas que guardara una bolsa de «ropa sucia» bajo su sofá cama, y hacía bromas a sus amigos acerca de que en el interior podías distinguir el contorno de un arma. Una de las dos que guardaba, pues cuando arrestaron a Solanas aquella noche llevaba una Beretta automática de calibre 32 y también un revólver Colt de calibre 22. En la mesa de centro del estudio había una revista de arte en la que el hijo de Wilson había publicado no hacía mucho un artículo importante…, sobre un tal Andy Warhol.

Desde allí, Solanas atravesó la ciudad hasta Brooklyn, para hacer una visita a otra bohemia llamada Margo Feiden, que con sus poco más de veinte años era la productora más joven que había estrenado en Broadway, y una de las pocas mujeres en hacerlo. Solanas, que al parecer ese día tenía todo tipo de negocios en mente, fue ver a Feiden sin cita previa y con la última versión de *Up Your Ass* en mano, para que se la produjera. Esta había salido a hacer un recado, y al volver se encontró a Solanas en la escalinata de su edificio, oliendo «fuerte» y vestida de manera extraña con un abrigo de invierno y guantes que ocultaban por completo su género. (Parece ser que las personas que sufren de psicosis a menudo se ponen más ropa de la necesaria). Nada de ello hizo dudar a Feiden, quien invitó a la extraña desconocida a entrar en su apartamento.

Las dos estuvieron hablando durante horas y, a Feiden, Solanas le pareció «fascinante»; irracional, sí, pero también profundamente inteligente cuando respondía a sus preguntas sobre SCUM «igual que si se hubiera preparado para presentar una tesis doctoral». Al final, le confesó que no pondría la obra en escena. «Oh, sí que lo harás —le respondió Solanas—. Ahora voy a pegarle un tiro a Andy Warhol y eso me hará famosa. Eso hará que la obra sea famosa y tú la producirás». Y blandió un arma para demostrar sus intenciones. «Es mejor que no lo hagas; no vayas a matarlo», dijo su anfitriona. Pero no tuvo ningún

efecto. Cuando Solanas se fue, Feiden ha afirmado que intentó evitar el crimen y llamó a la comisaría del barrio de Warhol, a la del suyo, a las oficinas centrales y a la alcaldía, así como a su primo, que a veces se juntaba con el artista en Max's. (Solanas también se dejaba caer por allí, y es posible que los datos de Feiden los consiguiera a través del primo, porque ella no aparecía en la guía telefónica). Todo lo que esta encontró al otro lado de la línea de teléfono fueron policías incrédulos o gente que simplemente anotó el mensaje.

Solanas regresó a Manhattan y puede ser que, una vez allí, hiciera aun otra parada antes de ir a buscar a Warhol. Hay un apéndice al relato de ese día que cuenta que en algún momento apareció por Gramercy Place, donde vivía y trabajaba Girodias, con intención de asesinar al hombre que consideraba cómplice de nuestro artista. En ese momento, el editor estaba de viaje en Montreal, y así se lo dijo a Solanas un asistente, según cuenta la historia, lo que la obligó a abandonar la idea de que él fuera su primera víctima.

La niebla que rodea el episodio de Girodias parece haber terminado envolviendo también todo lo que sucedió durante el resto de aquel día. Aun así, es un hecho consolidado que, a última hora de la tarde, el cuerpo de Andy Warhol terminó atravesado por la bala de calibre 32 que Valerie Solanas disparó. Pero todos los incidentes que ocurrieron en el periodo inmediatamente anterior al propio hecho del disparo entraron pronto en una especie de universo *Rashōmon*, y cada testigo cuenta un relato diferente de lo ocurrido.

Parece que Solanas llegó al estudio de Union Square no mucho antes de la hora de comer (Hughes ha dicho que la vio en la acera cuando él salió a comer algo), y subió en el ascensor hasta el sexto piso en busca de Warhol. Morrissey le dijo que su jefe no estaba allí y le mintió, diciéndole que ya no volvería en todo el día. Solanas no se lo creyó y se marchó y volvió varias veces. Justo cuando estaba a punto de subir otra vez, apareció el propio Warhol a su lado, en la acera de en frente del Union Building, y se les unió también Jed Johnson, el último chico de los recados del estudio, que volvía de la ferretería.

Según Fred Hughes, los tres iban «charlando de buenas» cuando salieron del ascensor, que se abría directamente al nuevo estudio de Warhol. Al fondo estaba Billy Name, trabajando, como de costumbre, en el cuarto oscuro habilitado detrás de la sala de proyección. Morrissey estaba delante, junto al ascensor, haciendo tareas de oficina en uno de los grandes escritorios nuevos, y Fred Hughes no andaba muy lejos, estaba escribiendo una carta en el otro escritorio. Aún faltaban muchos meses para que este adoptara por completo su famoso estilo de Savile Row y entonces lucía el pelo largo, patillas y una camiseta mod de un verde fuerte. El comisario de arte y crítico

Mario Amaya, que se había criado en Brooklyn pero tenía un recién adquirido acento británico, enredaba por allí cerca vestido elegantemente con traje y corbata. Acababa de llegar de Londres y llevaba un rato esperando a Warhol para mantener con él una reunión acerca de una posible exposición de sus *Latas de sopa* en el Reino Unido. Aquella primavera, el servicio de recortes de prensa de Warhol le había enviado la crítica que hiciera Amaya a su primera muestra individual en Londres, en la que calificaba la obra de Warhol de «gastada y sobreproducida», así que queda preguntarse cómo habría ido aquella conversación.

La presencia de Solanas tampoco pareció extrañar demasiado a nadie; en aquellos primeros días en Union Square, parece que era igual de habitual que en la calle Cuarenta y siete que la gente se dejara caer por allí. Warhol felicitó a Solanas por su aspecto tan arreglado, le presentó a Amaya, a quien la muchacha le pareció «inquietante, silenciosa, huraña y peculiar» y, por tanto, según dijo, bastante en la línea de casi todos los tipos de la Silver Factory a los que había conocido. Hughes le preguntó con sarcasmo si aún seguía escribiendo libros sucios. Morrissey admitió que le había mentido acerca de los planes que Warhol tenía para aquel día, y después, intentando quitársela de encima, estuvo tomándole el pelo y chinchándola mientras ella hacía lo mismo. Todo el mundo se rio con lo ingenioso del diálogo, contó Hughes, y entonces Morrissey se volvió hacia el teléfono, que había empezado a sonar en su nuevo escritorio. Era Viva, que preguntaba por Warhol, así que le pasó la llamada, salió por la puerta batiente de la sala de proyecciones y entró al baño, al fondo del todo del estudio. Jed Johnson había ido en la misma dirección para poner unos fluorescentes que acababa de comprar.

Warhol ocupó la nueva silla de oficina estilo Eames que Morrissey había dejado libre y atendió la llamada de Viva. Amaya, resignado a seguir esperando, se puso a buscar un cigarrillo, pero el sonido de una serie de explosiones desvió su atención. Al principio creyó que llegaban de fuera, a cuenta de «algún francotirador chiflado de Nueva York», y Fred Hughes pensó que quizá las explosiones sonaban en las oficinas del Partido Comunista que había en el edificio. (A principios de aquel año, radicales de derechas habían sido sorprendidos poniendo bombas en una librería marxista de la misma manzana, que, en julio, voló por los aires). Amaya gritó: «¡Al suelo!», y Hughes y él se tiraron al suelo, desde donde oyeron gritar a Warhol: «¡Oh, Valerie, no, no!». Amaya levantó la vista y vio a Solanas de pie junto al artista empuñando su Beretta, «como las pistolas que salen en *Dick Tracy*. Iba a por él con todo». Falló el primer o segundo disparo (uno de ellos puede que diese contra el techo) y el artista se metió detrás de un escritorio para protegerse. Chocó con la pesada base de la mesa,

estuvo a punto de despedazar su vieja cámara Bolex, y se golpeó la cabeza en el proceso. Solanas se acercó a Warhol, que estaba encogido de miedo en el suelo, y disparó de nuevo a quemarropa, a escasos centímetros de su cazadora de cuero; y con ese tiro sí que acertó, la bala lo atravesó y se hundió en el suelo de madera. «Las armas son muy rápidas —dijo Warhol, recordando aquel momento meses después—. Entra una persona con una pistola y no hay tiempo para pensar». Solanas disparó algunas veces más contra Amaya, que estaba en el suelo (eso demuestra que no había ningún motivo racional detrás del tiroteo): una de las balas le atravesó un pellizco de carne en la espalda y otra se hundió en un zócalo, un poco más lejos. Herido, pero muy levemente, el comisario de arte logró cruzar la puerta de la sala de proyección, pero rompió la cerradura al pasar y tuvo que mantenerla cerrada a base de fuerza bruta cuando Solanas intentó abrirla. Trató de entrar también en la pequeña oficina lateral donde Jed Johnson se había puesto a cubierto, pero este consiguió aguantar mientras veía el pomo girar.

Solanas estaba a punto de sumar a Hughes como tercera víctima, contó este, cuando el ascensor hizo un ruido tras ella y la llevó a acordarse de su existencia. Ella se giró para apretar el botón de llamada (el ascensor no aparece misteriosamente, como en el relato que contaría después Morrissey de oídas) y luego retomó la tarea de matar a Hughes. Según algunos relatos, este sobrevivió tan solo porque el arma automática se atascó cuando Solanas apretó el gatillo. Y el ascensor apareció y la sacó de allí antes de que pudiera probar suerte con el revólver.

Lo que dejó tras ella era el desastre. Warhol yacía en el suelo, desangrándose y gritando de dolor mientras intentaba llenar de aire el pulmón perforado. «¡No puedo! ¡No puedo!», decía, y se ahogaba sin lograr explicar qué es lo que no podía hacer. Fred Hughes, que estaba ileso, sacó su *boy scout* interior y empezó a hacerle el boca a boca, que no es exactamente el tratamiento recomendado cuando una víctima está consciente y todavía respira. Si esa persona tiene una herida en el pecho, la agonía está garantizada. «Mi vida no pasó por delante de mí ni nada —contaría luego Warhol, apartándose como siempre del cliché —. El dolor era demasiado».

En la otra punta del estudio, Morrissey no había oído los tiros, pero cuando Amaya apareció sangrando en la puerta de la sala de proyección, entendió que algo muy malo estaba pasando. Ambos salieron juntos a la luminosa sala principal y descubrieron el caos absoluto que había provocado Solanas.

Billy Name, por su parte, contó que él había oído una especie de golpe, pero que al principio no quiso abrir la puerta del cuarto oscuro para no estropear el trabajo que estaba haciendo. Cuando finalmente

salió, «Andy estaba tumbado en un charco de sangre. Me acerqué a él, lo tomé en brazos y me puse a llorar». Warhol confundió los sollozos de Name con risas y le dijo: «Billy, no me hagas reír, me duele demasiado». Le aplicaron servilletas de papel para que absorbieran un poco de sangre, y Hughes llamó a la policía y a una ambulancia.

Justo en ese momento, por la más extraña de las coincidencias, fue Gerard Malanga quien salió del ascensor, empapado por un chaparrón que acababa de caer. Unos días antes, en un arranque conciliador, Warhol había accedido a darle cincuenta dólares para enviar por correo publicidad sobre una primera muestra de las películas de Malanga, y el poeta se había acercado a recoger el dinero. Con él iba un grupo de sus amigos del centro de la ciudad, entre ellos Al Hansen, el padre de Bibbe Hansen y un artista audaz a quien Warhol admiraba desde había mucho tiempo. Hansen dejó escritos los detalles de la escena que se encontró:

> Se abrieron las puertas y aquello era una locura: Mario Amaya de un lado a otro con la espalda de la camisa llena de sangre, detrás del escritorio del fondo asomaban las piernas de alguien, y a la derecha, un brazo. Fred Hughes y Jed estaban de rodillas, sosteniendo la mano de ese alguien, con lágrimas en los ojos. Mario enseñaba su espalda ensangrentada y preguntaba, con mucha gravedad, por encima del hombro: «¿La tengo dentro? ¿La tengo dentro? […]».
>
> «¿Quién es el otro?», pregunté señalando con la cabeza hacia el escritorio. Y flipé, así de lejos de mi imaginación estaba la cosa. Paul Morrissey contestó: «Es Andy —¡Andy!—. ¡Esa bollera fea de Valerie Solanas se ha presentado aquí con una pistola y le ha disparado!».
>
> ¡Mierda! Me planto junto al escritorio de un salto. Fred Hughes: «Se está muriendo y no hay ambulancia. ¿Dónde están los médicos, la policía?». Andy estaba allí tendido, con ese aspecto que tiene la gente cuando le pegan un tiro y está muy mal, como un perro o un gato enfermo: le temblaban los párpados. «¿Hace cuánto que habéis llamado?». No había mucha sangre. No se oían sirenas. Billy Linich estaba de pie, mirándolo y llorando. Jed le secaba la frente con ternura. Andy Warhol estaba tirado en el suelo del estudio, en medio de un charco de su propia sangre y con agujeros de bala en el cuerpo.

Hansen decidió ir en busca de un médico, preguntó en el edificio y, después, se dirigió a un teléfono público de la calle para pedir ayuda, pero se encontró que estaba ocupado por un tipo que estaba difundiendo la noticia del tiroteo. Cuando finalmente encontró una cabina libre, en la esquina, no tenía dinero suelto. Consiguió que le prestaran un centavo y llamó al Departamento de Policía, pero el teléfono sonó ocho veces sin que nadie lo cogiera. (El servicio 911 de Nueva York, el primero del país, se inauguró exactamente cuatro semanas después). En ese momento, entraron varios coches de policía en Union Square, uno de ellos chocó contra un taxi. Hansen les hizo un resumen de lo que había sucedido y les dio una descripción de Solanas, después volvió a subir. «Andy tenía aspecto de estar

hundiéndose. Jed seguía arrodillado a su lado, sosteniéndole la mano. Podía morirse en cualquier momento y no hay nada como tener una mano a la que agarrarse en una situación como esa».

Cuando por fin llegó la ambulancia, unos veinte minutos después del tiroteo, el personal sanitario no pudo hacer mucho. En aquella época tenían muy poca formación médica. Terminaron colocando al artista, gravemente herido, en una silla de ruedas plegable y, por misteriosas razones, bajándolo a pie seis tramos por las zigzagueantes escaleras. Aún con la chaqueta de cuero llena de agujeros de bala, Warhol perdió el conocimiento y lo metieron en la ambulancia. Amaya se subió con él y se dirigieron al hospital Columbus, a apenas seis manzanas de distancia. El conductor quería que le dieran quince dólares por encender la sirena. Amaya le dijo que le pagaría Leo Castelli. (En 1968, un jefe de residentes de Columbus dijo luego que toda la historia de la sirena era «un disparate anecdótico»).

Cuando se dio cuenta de que ya empezaba a congregarse una gran multitud de curiosos y reporteros, Malanga pensó que tenía que contárselo a Julia Warhola antes de que la noticia le llegara por canales más crueles. La pobreza casi termina frustrando su buena acción: Paul Morrissey le dio dinero para que tomara un taxi, pero Malanga se fue en metro. «Me quedé con el dinero», ha contado luego. Justo cuando Julia Warhola abría la puerta de la casa de Lexington Avenue, el poeta oyó que sonaba el teléfono; llegó a cogerlo justo antes que ella. Era una amiga de la anciana que la llamaba para decirle que había oído por la radio que habían disparado a Warhol. Malanga le contó una mentira piadosa, que su hijo había tenido un accidente en el estudio y, tras soportar los interminables preparativos de la anciana para ir a la ciudad, finalmente consiguió meterla en un taxi hacia el hospital.

Viva fue la segunda de las antiguas warholianas en llegar al lugar de los disparos. Cuando hizo su llamada a Warhol, aún ileso, estaba en un elegante salón de belleza del centro de la ciudad, cerca del MoMA. Se estaba tiñendo el pelo para un papel en *Cowboy de medianoche*, una nueva película de falso *underground* que tenía una escena ambientada en el estudio de un *Doppelgänger* de Warhol, y quería comentar con el verdadero artista su papel en la película. «Estaba hablando por teléfono con Andy —le explicó unas horas después a un periodista—. Oí los disparos, cuatro o cinco. Pero el sonido era como un látigo, así que pensé que solo estaban de broma». Le llevó un tiempo, y otro par de llamadas al estudio, darse cuenta de que todo era real, y entonces corrió a Union Square. Salió del metro y se encontró con la misma escena callejera de caos en la que Malanga se había visto sumido. Los que estaban allí mirando gritaban: «Mira, es su mujer», a medida que Viva se abría paso entre ellos y subía al estudio. Para entonces, la

ambulancia ya se había marchado, la policía estaba desmantelando la escena del crimen y ella decidió ir tras de Warhol al hospital. Fred Hughes y Jed Johnson no pudieron acompañarla, ya que la policía los mandó a declarar a comisaría como «testigos materiales», que quería decir, contó luego el primero, «que lo habíamos hecho Jed y yo». La policía los sometió a un interrogatorio toda la noche y se negó a darles noticias de Warhol. Detuvieron también a Paul Morrissey y Billy Name, pero solo durante una hora, pues en realidad no habían presenciado los disparos. En algún momento, Viva apareció también por la comisaría para contar lo que había oído cuando estaba al teléfono con Warhol.

En la planta de arriba del hospital, los cirujanos trabajaban como locos, cortando y cosiendo, para salvarle la vida al artista. Abajo, el vestíbulo se convirtió exactamente en el tipo de escena que hubiera imaginado un mal guionista.

La anciana Warhola interpretaba a una *babushka*, con un pañuelo en la cabeza, llorando, profiriendo lamentaciones y rezando por su «buen chico religioso». Al final, los médicos la sedaron.

Los amigos y seguidores de Warhol revivieron la antigua Silver Factory en la sala de espera, para deleite de la prensa reunida. Malanga, vestido a la última moda hippie, con una camisa bordada abierta que dejaba a la vista su varonil pecho, que llevaba cubierto por toda una variedad de collares. Su rostro lo enmarcaban unas tupidas patillas dignas de Elvis en Las Vegas, y se había enrollado un largo pañuelo de seda al cuello, como una especie de poeta del sur de París. Viva iba vestida con ropa de ante de la que colgaban flecos por todas partes y llevaba los ojos enmarcados por pestañas postizas. Otros warholianos, principales y secundarios, se paseaban con camisas de gasa y sin sujetador, chaquetas de cuero, gafas de sol y hasta, en un caso, un tapón de bañera con su cadena como complementos de joyería. A pesar del engalanamiento, a quienes eran realmente cercanos de Warhol se los veía agotados y traumatizados.

También estaban Brigid Berlin, Taylor Mead, Leo Castelli e Ivan Karp, quien mantuvo a los reporteros entretenidos con una «charla preciosa, interesante y fluida sobre la obra de Andy». Ingrid Superstar también hizo acto de presencia, y llevaba fotos de ella y el herido juntos, así como de ella enseñando sus famosos pechos perfectos. Rod La Rod, en el vestíbulo, derramaba lágrimas por su examante.

«¿Cuántas lágrimas, cuántos cocodrilos?», se preguntó una periodista que presenció la escena.

Ultra Violet, que no era conocida por haber desperdiciado jamás la oportunidad de ser fotografiada, llegó más tarde que los demás, después de haberse arreglado: llevaba un traje de Chanel, medias de rejilla blancas y un peinado altísimo estilo Upper East Side, del que le

colgaban algunos rizos sobre las sienes. «Apareció en el hospital con pinta de ir a una sesión de fotos de *Vogue* —le contó Viva a Warhol en una nota maliciosa que le envió unas semanas después—. Debió de pasarse al menos tres horas vistiéndose y maquillándose». Las hordas de reporteros aburridos, que esperaban noticias del herido, tuvieron que contentarse con las declaraciones de Ultra Violet: «Andy se las veía con una especie de emocionalidad *underground*. Puede ser peligroso […]. Igual ella estaba enamorada de Andy. ¿Quién sabe?».

John Wilcock, uno de los fundadores de *Village Voice* que había viajado una vez con Warhol y la Velvet Underground, hizo una afirmación que resultó profética: «Andy es el tipo de tío que, si no se muere en el acto, no se muere». Después de que un publicista dijera que el hospital tenía «la segunda mejor unidad de cuidados intensivos de la ciudad», apareció el director médico con noticias del quirófano: Warhol tenía un 50 por ciento de posibilidades de sobrevivir, estimación que, claro está, resultó equivocada en un 50 por ciento.

La única persona que trató de vestirse más informal aquella noche traumática fue Valerie Solanas. Se limpió todo el maquillaje, salvo por un poco de rímel, se cambió el vestido por unos pantalones beis y unas zapatillas rotas, y se puso un cuello alto azul debajo de un suéter amarillo chillón, un estilo que una periodista describió como claramente «masculino» y que otro testigo llamó «*butch* suave». Ese era su aspecto cuando, un poco antes de las ocho, se entregó a un agente novato en Times Square. «La policía me está buscando —le dijo—. Soy una hippie. Él tenía demasiado control sobre mi vida». Su captura apareció en las noticias de la noche y se publicó en la última edición de un tabloide que Julia Warhola llevaba consigo en el hospital.

Había una cantidad exagerada de periodistas esperando a Solanas en la comisaría donde la llevaron para ficharla. «Tengo muchas razones que están involucradas —dijo a la multitud de periodistas—. Lean mi manifiesto y les dirá lo que soy».

Más tarde concedió una entrevista más larga a una radio local:

P: Valerie, ¿por qué ha pasado esto?
R: Porque es un pedazo de basura.
P: ¿Sabes que se puede morir?
R: Bien.
P: ¿Lo dices en serio?
A: Sí, así es.
P: ¿Por qué lo odias tanto?
A: Porque es quien es.
P: ¿Qué crees que te va a pasar ahora?
R: No tengo ni idea. No me importa. Espero ir a la cárcel, porque aquí fuera no hay nada más que puta basura.

Cuando le leyeron los cargos, Mario Amaya presente y en silencio, hizo algunas declaraciones más. «¡Tenía razón en lo que hice! No me arrepiento de nada. No quiero pedir perdón por nada. Él iba a hacerme algo que me hubiera destruido —dijo—. Warhol me tenía atada, atada y bien atada».

Solanas fue acusada del intento de homicidio de Warhol y Amaya, así como de posesión de un arma de fuego. «Debe ser consciente de que se trata de una acusación grave», le dijo el juez. «Por eso se va a quedar en mis competentes manos», le respondió ella. Su señoría no estuvo de acuerdo y la obligó a aceptar un abogado de oficio; este dijo de ella que no era en absoluto comunicativa: «Está extremadamente tensa, como una goma elástica que estuviera estirada al máximo». Los abogados privados que Girodias contrató entonces para Solanas la encontraron igualmente cerrada a colaborar y sumida en delirios paranoicos. Así, el juez decidió que lo mejor sería una evaluación de sus capacidades en la infame ala de psiquiatría del hospital Bellevue.

La locura de aquel día empezó a amainar cuando se llevaron a Solanas a su destino y Warhol, con un montón de tubos que le entraban y salían del cuerpo, fue trasladado desde la sala de operaciones a cuidados intensivos. Aquella misma noche, Amaya estaba ya lo suficientemente repuesto para cenar por ahí e ir enseñándole su herida a toda la gente del mundillo del arte, entre quienes se encontraba el académico y crítico de arte Brian O'Doherty. Este, haciendo el papel de santo Tomás, como lo cuenta él mismo, inspeccionó el «pequeño agujero morado y asqueroso».

Viva y Malanga metieron a Julia Warhola en un taxi y se la llevaron a casa, donde consiguió dormir gracias a las pastillas que le dieron en el hospital. Aquella noche los dos warholianos, temiendo por la vida de su líder, encontraron consuelo uno en brazos del otro.

«Que Warhol fuera el primer artista en ser “asesinado” es un dudoso honor —escribió el crítico John Perreault unos dos años después—. Pero sí dice algo acerca de su importancia y su carisma, que alcanzan zonas peligrosamente arquetípicas».

Otro crítico, el viejo amigo de Warhol, David Bourdon, albergaba menos dudas acerca de aquella distinción: consideró que aquel ataque podía ser, quizá, la obra más importante del artista.

Documentando sus cicatrices en su habitación del hospital Columbus.

36
1968

RECUPERACIÓN | SEGURIDAD EN EL ESTUDIO | *COWBOY DE MEDIANOCHE* | SOLANAS Y LAS FEMINISTAS | *FLESH* Y EL NEGOCIO DEL CINE | NUEVAS (SUPER)ESTRELLAS: JOE DALLESANDRO Y UN TRÍO TRANSGÉNERO

«¿Sabes qué? Tenemos que conseguir cosas más grandes para poder escondernos detrás de ellas en la Factory».

Warhol pasó casi ocho semanas enteras en el hospital. Después de la operación de la primera noche, se había recuperado bastante bien, teniendo en cuenta la situación. Durante un tiempo necesitó un tubo para respirar, y le quedó una cicatriz en el punto donde le habían abierto la garganta para introducirlo. Le habían dado un montón de antibióticos, que tuvieron otro efecto beneficioso además de acabar con las bacterias que se habían escapado de su intestino destrozado: Warhol decía que, por primera vez desde que iba al instituto, su acné desapareció por completo, una bendición bastante importante, al menos en lo que respectaba a su peculiar psique. Al principio tomaba sedantes fuertes, que aborrecía, según dijo, pero cuando pasó su efecto, pudo reconstruir lo que había sucedido aquella fatídica tarde de junio. Incluso obtuvo un extraño consuelo, clásicamente warholiano, de ello. Descubrió que la muerte en sí debe de ser siempre indolora: «Si no te despiertas, no duele. Solo notas el dolor cuando te despiertas».

Entre los sedantes y las heridas casi mortales tuvo varios momentos confusos. «Estuve días pensando: "Estoy realmente muerto. Así es estar muerto" —recordaba Warhol al año siguiente—. Crees que estás vivo, haciendo cosas normales, como subirte a un autobús o coger el metro, pero en realidad estás muerto. Pasaron días antes de darme cuenta de que aún estaba vivo». Estando todavía en cuidados intensivos, recibió las noticias de otro tiroteo y otra muerte que solo aumentaron su sensación de perplejidad: a primera hora de la mañana del 5 de junio, llegó de Los Ángeles la información de que habían disparado al senador Robert Kennedy, hermano de J. F. K. y destacado candidato presidencial. Le alcanzaron varios disparos, y una de las balas entró casi exactamente por el mismo lugar que la de Warhol.

Bobby Kennedy estuvo al borde de la muerte un día entero y, al final, sucumbió a sus heridas a pesar de que los cirujanos se afanaron al menos con tanto ahínco como con nuestro artista. Sus restos fueron trasladados de inmediato a Nueva York, donde se celebró un servicio en la catedral católica romana de San Patricio, que casualmente es la misma iglesia en la que se celebraría la ceremonia en memoria de Warhol dos décadas después. No es de extrañar que nuestro artista, desconcertado como estaba, confundiera el atentado de Bobby Kennedy con el de su hermano, el presidente, e incluso con el suyo propio: «Aún no era capaz de distinguir entre la vida y la muerte, en todo caso, y estaba viendo ante mí el entierro de una persona por televisión»: así lo recordaba una docena de años después.

Warhol tuvo que quedar consternado por el asesinato. A finales de 1964, había firmado un anuncio que se publicó en *The New York Times* apoyando la candidatura de Kennedy al Senado. Pero también debió de sentir inquietud, al menos una vez que su mente ya no estuvo tan confundida, por la atención mediática que el atentado de Kennedy le robaba a su propia situación, pues se había librado por un pelo. Quizá debido, en parte, a la hora de la «visita» de Solanas el 3 de junio, a finales de la tarde, la portada de *The New York Times* del día siguiente dedicaba a Warhol solo dos columnas «en el remate de la página»; ese mismo «periódico serio» dedicó a Kennedy seis columnas enteras la tarde del 5 de junio. El amigo de Warhol, David Bourdon, llevaba algún tiempo trabajando en un artículo extenso sobre el artista para la revista *Life*; la agresión de Solanas había hecho que el equipo editorial lo considerara como el siguiente artículo de portada. «Ese es su sueño», dijo Morrissey cuando el periodista lo llamó al hospital para contarle la noticia. Warhol tuvo que renunciar a aquel sueño cuando el asesinato de Bobby Kennedy volvió a sacar el artículo de Bourdon de la planificación. Al final, nunca se publicó. Y, de todos modos, el artista sobre el que su amigo había escrito antes de que le dispararan ya no era el mismo.

Una semana después de su ingreso en el hospital, el diagnóstico de Warhol era «crítico, pero mostrando mejoría», y parece que pasó dieciocho días en cuidados intensivos compartiendo habitación con un drogadicto que había sufrido una sobredosis. Un grupo de amigos poderosos intentó que fuera trasladado a un hospital más moderno (el mismo en el que, al final, moriría prematuramente), pero Columbus logró demostrar la excelente atención que podía brindar al artista. Al principio, las cosas no tenían muy buena pinta (los familiares que lo visitaron quedaron horrorizados por la grotesca hinchazón de su cara y su cabeza), pero los médicos pudieron desenchufarlo pronto de todas las máquinas y se mostraron optimistas acerca de su recuperación: creían que no tardaría en salir de cuidados intensivos. Sin embargo,

durante algún tiempo, prácticamente las únicas personas a las que se permitía entrar eran los familiares de Warhol: de Pittsburgh llegaban sus hermanos y sobrinos para cuidarlo en el hospital. Y se encargaban, también, de su madre en casa, que cada vez era menos capaz de valerse por sí misma.

Viva y Malanga tuvieron que conformarse con pasar el rato en el pasillo, vestidos con sus mejores galas, y escribirle largas notas a Warhol para que se las entregara una tal hermana Theresa. (Columbus era un hospital claramente católico, lo que debió de ser del gusto de los Warhola; cuando dieron a nuestro artista su propia habitación, había un crucifijo colgado encima de la cama).

PERO ¿QUÉ MIERDA ES ESTA? QUEREMOS VERTE , NO NOS IMPORTA EL MAL ASPECTO QUE TENGAS, decía una de las notas que le enviaron el par de acólitos. (Aquel verano, vivieron juntos durante unos meses). Un día, temprano, tomaron cartas en el asunto y entraron a hurtadillas por una puerta trasera para hacer la más rápida de las visitas a su mentor, aún conectado a todo tipo de tubos y cables. «Espero que no te sobreexcitáramos —escribió Viva poco después—. Estábamos muy contentos de verte». (Cuatro años más tarde, intentó que Warhol le devolviera el dinero que se había gastado enviándole flores, o, al menos, eso afirmaba este en su diario).

Además de las notas, Viva le mandó también su propia Kodak Instamatic. Una vez que el artista tuvo una habitación para él solo, hizo buen uso de la cámara. Consiguió que alguien le fotografiara disfrutando de sus placeres diarios: Warhol con bata de hospital y un pañuelo blanco en la cabeza, allí donde debería haber estado su peluca, acostado en una cama de madera extrañamente ornamentada y hablando por lo último en teléfonos Princess; o Warhol sentado en una silla bajo la ornamentada lámpara de madera de la habitación, usando su pequeño magnetófono Uher para reproducir conversaciones que ya había tenido. Su otra diversión era ver la televisión: el alquiler de una le había costado unos absurdos sesenta dólares solo durante su primer mes.

Parece ser que las personas a las que les correspondió atender a Warhol esperaban que fuera una especie de monstruo raro del *underground*, y quedaron muy sorprendidas por el hecho de que fuera un paciente bastante normal y respetuoso: «No dejan de decirme: "Usted no es en absoluto como esperábamos". Probablemente crean que es todo postureo», dijo Warhol desde su cama en el hospital. Hasta Malanga se quedó impresionado por su consideración cuando, en una de las primeras visitas que le hizo, el enfermo tenía en su mesilla de noche el cheque de cincuenta dólares que debía entregarle el día en que le disparó Solanas: «Pensé: "Qué amable por su parte acordarse"».

La habitación de nuestro artista empezó a llenarse de la comida y los chocolates que le enviaban, pero una vez aprendida la dura lección de que cualquier loco podía querer verlo muerto, hacía que sus hermanos mayores lo probaran todo antes que él. ¿Qué hermano pequeño no imagina en cierto modo que sus hermanos mayores son invulnerables? O tal vez prescindibles, en el caso de Warhol.

A la habitación llegaron también innumerables telegramas, tarjetas y cartas deseándole una pronta recuperación de parte de viejos amigos, parientes, mecenas, acólitos, artistas y completos extraños. Le expresaron sus buenos deseos desde el fotógrafo Dick Avedon hasta Paul Bertram, erudito de Shakespeare. Brigid Berlin envió largas cartas a Warhol en las que proclamaba lo aburridas que eran las cosas sin él. (Él no la dejaba que lo visitara por miedo a que robara del botiquín de las enfermeras). Edie Sedgwick le mandó una nota especialmente enternecedora, una tarjeta de Beatrix Potter escrita con la letra de una niña de doce años: «Eres una de las pocas personas que me importan de verdad, y no puedo soportar la idea de que pueda sucederte algo malo». En la dirección del remitente figuraba el Instituto Psiquiátrico del Estado de Nueva York. Su amigo Ed Hood apareció en una entrevista en televisión elogiando al artista herido y negando cualquier posibilidad de que el propio Warhol pudiera haber sido en cierto modo causa de su propia perdición: «Probablemente él sea uno de los hombres más amables que he conocido —dijo—. Lo considero uno de los artistas más importantes del siglo XX y espero que en el XXI sea reconocido como tal». Sus deseos se cumplieron.

Incluso su antiguo amante, Richard Rheem, envió un mensaje lleno de su amor y sus oraciones, aunque se lo dirigió a Julia, no a Warhol. Philip Fagan, su novio anterior, se tomó un momento en su viaje de autodescubrimiento oriental para enviarle una carta desde un *ashram* de Kuala Lumpur.

La recuperación no fue fácil. A mediados de julio nuestro artista sufrió una especie de revés que tuvo que ver con una fiebre alta: «Querido Andy —le escribió Fred Hughes—: he estado preocupadísimo. Hablé con Paul en el hospital y lamenté mucho saber lo terriblemente difícil que ha sido para ti […]. Te queremos más que a nadie». En otra nota menciona los problemas que encuentra Warhol para comer y recuperar peso, y también cierta depresión. Pero el paciente comenzó a revivir lentamente. Cuando su sobrino de dieciséis años, George, entró en la habitación vistiendo la chaqueta de cuero con agujeros de bala que había rescatado de la basura de su abuela, Warhol tuvo las fuerzas suficientes para protestar: «Andy dijo: “¡Oye! ¡Eso lo quiero! ¡No puedes quedártelo!”. Y yo dije: “Bueno, es que

bubba lo iba a tirar"». (Al final, le dio la chaqueta a Brigid Berlin, quien años más tarde terminó tirándola).

Independientemente de su estado de salud, el incontenible Warhol convirtió su habitación del hospital en un centro de control de las actividades de su estudio. «¿Sabes qué? Tenemos que conseguir cosas más grandes para poder escondernos detrás de ellas en la Factory», le dijo a Fred Hughes ya a mediados de junio. Nuestro artista sabía exactamente qué: una escultura de acero galvanizado retorcido que había recibido no hacía mucho de parte del escultor John Chamberlain y que tenía la altura de una persona. Este había dado a su obra el tropical nombre de *Papagayo*, seguramente como una broma. La pieza era un severo armatoste, gris sobre gris, que, colocada junto a la puerta principal del nuevo estudio, creaba ya de entrada un ambiente sobrio muy propio de la modernidad tardía.

Unas semanas más tarde, permitiéndose otro gesto que seguro tendría un efecto más simbólico que real, pues el estudio estaba en el sexto piso, Warhol encargó verjas y cerraduras para las ventanas. «Esto va a ser un poco caro (puertas: sesenta dólares cada una)», escribió Fred Hughes en una circular a su jefe, que seguía postrado en cama. En otra nota, le escribió: «Sin ti, este negocio es estrictamente un fracaso». Eso debió haber asustar y complacer a Warhol en igual medida. Hughes le contó en detalle el espanto de Paul Morrissey por cuenta de los veinticuatro dólares que gastaban cada mes en el servicio de contestador automático, y mencionó también los pasos que estaban dando para poner en práctica un futuro alquiler de películas desde el nuevo estudio. (Lo extraño en las cartas de Hughes es que están repletas de errores de ortografía y gramática que no parecen concordar con su personalidad de élite).

Billy Name envió a Warhol noticias de *a*, su novela sobre aquella grabación de un día entero en la vida de Ondine que estaba por fin en las pruebas de imprenta; le escribió acerca de la llegada de la nueva máquina de escribir, la cafetera y el refrigerador del estudio, y añadía en la nota: «Envíame un cheque si puedes, solo para comida».

Malanga le contaba a Warhol los detallitos de sus problemas financieros, pero también lo chismes de rigor: «Las "superestrellas" están montando una escenita entre ellas para ver quién termina siendo TU favorita; es como para tirarse del pelo y arrancarse los ojos», música para los oídos de nuestro artista, hambrientos de chismes.

Quizá las noticias más jugosas que Warhol recibió de Malanga eran las que tenían que ver con lo que sucedía en Harlem, en el plató de *Cowboy de medianoche*, de John Schlesinger. Era un proyecto de Hollywood sobre la historia de dos timadores gais de Times Square, una clara copia diluida del interés mostrado por Warhol en el lumpen de Nueva York. Costó tres millones de dólares —unas trescientas veces

la película más cara de la Factory—, y simulaba todas las agallas que en las películas de Warhol eran (casi) reales. Donde nuestro artista había mantenido su rechazo a la trama, Schlesinger echó mano de las formas de narración tradicionales, y eso fue, por supuesto, lo que permitió ganar el Oscar a la mejor película. «Hollywood se ha vuelto *underground*», le escribió entonces Brigid Berlin a Warhol, pero, en realidad, ni se acercaba al género.

Los guionistas crearon incluso un papel para un cineasta *underground*, que en un principio estaba pensado para el propio Warhol y que luego él pasó a Viva. Aquello fue lo que motivó su visita a la peluquería la tarde en que dispararon al artista. Su escena principal en la película consistía en organizar una de las fiestas salvajes típicas de la Factory. Para ello se reclutó como extras a warholianos de todo tipo, a los que se pagó una extravagante tarifa de cien dólares diarios, más la comida, mientras su líder estaba en el hospital reponiéndose. En la lista del reparto para esa escena aparecen cincuenta y siete papeles, entre ellos «seis hombres hippies, nueve mujeres hippies, dos prostitutas, un poeta marica, un vagabundo, dos *drag queens*», así como «bolleras», un «porrero tipo Buda» y un «príncipe polinesio». En el decorado de la película se colgaron obras originales de Warhol alquiladas al MoMA.

«Estamos yendo al set de Schlesinger todos los días a las ocho de la mañana —le escribió Malanga a Warhol (el poeta figuraba entre los «hippies» del reparto)—. Toda esta empresa se parece mucho a ir al colegio y ver a antiguos compañeros de clase: Velvet, Viva, Ultra, Paul, los gemelos Johnson…», es decir, Jed, el asistente que estaba en el estudio cuando los dispararon, y su hermano Jay. «Cada día, a las dos de la tarde, se nos reparten las bandejitas de comida; nos sentamos en sillas plegables».

Todo ello por una escena que dura menos de diez minutos en el montaje final. Las imágenes son tan caóticas que los actores apenas se distinguen, y los clichés bohemios superan con creces los detalles auténticos.

Otras noticias menores, tanto alentadoras como sombrías, también llegaron a oídos de Warhol.

Antes incluso de recibir el alta del hospital, el Garrick Theatre, que había sido el hogar en el Greenwich Village de las proyecciones de muchas de las películas de nuestro artista, fue rebautizado en su honor. (Aunque no es que fuera un gran honor, según cuenta un joven cinéfilo: «El Garrick era un basurero increíble, realmente asqueroso»). Max's Kansas City también le rindió homenaje, y prohibió el baile en solemne conmemoración del ataque, a pesar de que algunos clientes opinaron que tal pesimismo era bastante contrawarholiano. Y los jueces de un concurso internacional en Varsovia otorgaron a Warhol el

primer premio por un inteligente cartel que había creado para el Lincoln Center, una versión pop ampliada de una de las entradas de cine del propio centro. (Lo que Warhol no supo es que el premio concedido en la Polonia comunista lo señaló como sospechoso en el Departamento de Estado, igual que lo estaba ya en el Departamento de Justicia por causa de *Lonesome Cowboys*). Quizá lo más halagador de todo fue el artículo de opinión que escribió Gregory Battcock, su amigo crítico de arte, el cual declaraba que «Warhol ha recibido un disparo porque ha expuesto de forma brutal y brillante las hipocresías subyacentes de la cultura moderna […]. El artista se ha alineado, tanto social como artísticamente, con los elementos más determinados a acabar con el sistema imperante».

En el lado sombrío de las noticias estaba un nuevo número de la revista *Time*: estaba dedicado, sobre todo, al duelo por Bobby Kennedy, por lo que el único espacio que concedió a Warhol fue un pequeño editorial gruñón en el que echaban las culpas al artista (tan víctima como el político muerto) del derrumbe social que observaban a su alrededor: «Los estadounidenses que deploren el crimen y el desorden deberían pensar en el caso de Andy Warhol, que durante años ha celebrado toda forma de libertinaje […] fotografiando depravaciones y afirmando que son la verdad». Como insulto añadido a la herida real de nuestro artista, la semana siguiente, la portada de *Time* lucía el siguiente titular: «La pistola en Estados Unidos», una historia que sin duda estaba parcialmente inspirada por el ataque a Warhol, pero que no lo mencionaba ni una sola vez. Peor aún, la imagen de portada era un revólver pintado por su rival de toda la vida, Roy Lichtenstein.

Si a Warhol le pareció extraño ser considerado el villano de su propia historia, más extraño aún debe de haber sido descubrir que había personas que consideraban a Solanas una heroína. El día después del atentado, algunas de las feministas más radicales de la ciudad ya estaban repartiendo un panfleto que incluía todo un himno a su ataque a Warhol:

> VALERIE VIVE
> VALERIE SOLANAS DISPARA A ANDY WARHOL . HOMBRE DE PLÁSTICO FRENTE A LA DULCE ASESINA. EL ROSTRO DE PLÁSTICO / FASCISTA APLASTADO. LA TERRORISTA SABE DÓNDE APUNTAR , AL CORAZÓN. HA EXPLOTADO UN PLÁSTICO ROJO INEVITABLE. AL NO HOMBRE LE HA DISPARADO LA REALIDAD DE SU SUEÑO (HA EMERGIDO LA ASESINA CULTURAL, UNA CHICA DURA CON UNA GORRA MARINERA Y UNA DEL 38). LA VERDADERA VENGANZA DEL DADÁ. PEQUEÑA CHICA DURA , LA QUE «ODIA» A LOS HOMBRES Y AMA AL HOMBRE , CON LA PISTOLA DEL CIRUJANO , AHORA CONTRA EL MURO DE LA EXTINCIÓN PLÁSTICA. UNA PESADILLA EPÓXICA CON UNA SUPERESTRELLA MUERTA. LA ESTATUA DE LA LIBERTAD VIOLADA POR UNA CHICA CON PELOTAS. EL MAESTRO DEL *CAMP* ASESINADO POR LA ESCLAVA. Y LA BLANCA CATEDRAL DE PLÁSTICO DE ESTADOS UNIDOS ESTÁ LISTA PARA ARDER.

Puede que Warhol, un gay afeminado del *underground*, no parezca el símbolo más obvio de la misoginia estamental de la sociedad, pero lo cierto es que la celebración feminista de Solanas no tenía apenas nada que ver con él y muy poco con quién era realmente su atacante o lo que pensara en realidad; sí tenía todo que ver con la imagen de Solanas como un símbolo puro e independiente de la opresión sexista, y de las medidas extremas que parecían ser la única forma de acabar con esa sumisión. «La de Valerie es una voz en el desierto que clama su rebelión, que dice que no aceptará argumentos en contra, que no tolerará ni tecnicismos ni mecanismos sofisticados contra su argumento. Ella es la mujer común en su sentido más básico», escribió una de las integrantes más radicalizadas de los movimientos por las mujeres.

Muchas otras feministas más moderadas y políticamente astutas entendieron la dimensión real, y la pura injusticia, de la acción de Solanas. Betty Friedan, la pionera presidenta de la Organización Nacional de Mujeres (NOW, por sus siglas en inglés), escribió un telegrama lleno de pánico a una integrante de su junta directiva que era una distinguida defensora de Solanas (y que, extrañamente, estaba estudiando con el filósofo Arthur Danto, uno de los más elocuentes defensores de Warhol): DESISTE INMEDIAMENTE DE VINCULAR A NOW DE MODO ALGUNO CON VALERIE SOLANAS. LOS MOTIVOS DE LA SEÑORITA SOLANAS EN EL CASO WARHOL SON TOTALMENTE IRRELEVANTES PARA LOS OBJETIVOS QUE MANTIENE NOW DE IGUALDAD TOTAL Y EQUITATIVA ASOCIACIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES.

Irónicamente, mientras el *Manifiesto SCUM* de Solanas se presentaba como «la más importante declaración feminista que se ha escrito hasta la fecha en la lengua inglesa», la controversia en torno a la figura de su autora terminó causando una gran ruptura entre las feministas.

> Paul me informa de que está a punto de hacer su primera película independiente producida por Warhol Films Inc. Qué bonito. Creo recordar haber tenido la misma idea cuando estaba en Roma y, después de todo, ¿quién descubrió a Paul, para empezar, y creó ese monstruo? YO. Tengo algunas ideas propias para largometrajes pagados de muy bajo coste, pero supongo que cuando estés bien no querrás escucharme.

Gerard Malanga escribió esas líneas de agravio en una larga carta que envió por correo a Warhol cuando este estaba en el hospital, solo dos semanas después de que Solanas lo mandara allí. Aparte de servir de prueba testimonial en la pelea intestina que llevaba años infectado la escena de nuestro artista, y que no terminaría de desaparecer nunca del todo, también da un primer indicio de una nueva e importante

dinámica que gobernaría la carrera de Warhol durante la media década siguiente. Con Paul se refería a Paul Morrissey, quien rodó la primera de una serie de películas que llevaban el nombre de su jefe como «productor» durante la convalecencia de este, pero contaban con poca aportación creativa de su parte.

«Cuando dispararon a Andy, dejamos de hacer aquellos experimentos —explicó Morrissey en una ocasión—. Porque eran experimentos de Andy, pero yo sentía que había aprendido mucho de ellos y de algún modo me limité a utilizar esa idea de dar a los actores muchísima rienda suelta en lo que respecta al diálogo, pero en el marco de una historia que tenían que seguir». Las películas de Morrissey eran justo las criaturas híbridas que describe: de las grabaciones de Warhol tomó la improvisación en los diálogos y la actuación excéntrica y no cualificada del aficionado, e injertó aquellos warholismos en un enfoque más tradicional de la trama, la edición y el trabajo de cámara acorde con los gustos del público en general, los cuales también estaban más próximos a los de Morrissey, que nunca había sido del todo feliz con la vanguardia. Stan Footage («Stan metraje») era el nombre que solía darle al eminente experimentalista Stan Brakhage.

Desde el punto de vista del resto de los acólitos de Warhol, la jugada de Morrissey fue todo un golpe de Estado, y es probable que tuvieran razón al verlo de esa manera. Cuando este abandonó los viejos «experimentos» de la Factory, fue en parte simplemente porque eran «de Andy». La convalecencia de Warhol dio al segundo violín del estudio la oportunidad de dirigir. «Tenemos que mantener las cámaras funcionando», decía, pero ese «tenemos» era un «tengo».

Morrissey contó después que en el transcurso de «seis o siete fines de semana», mientras Warhol se recuperaba de sus heridas, se dispuso a filmar una película sobre un joven y guapo chapero llamado Joe que intenta recaudar el dinero necesario para que la amante de su mujer pueda abortar. Se trata de *Flesh*, que dirigió por encargo del mismo cine porno que había triunfado con *My Hustler*. «La idea surgió porque John Schlesinger filmó *Cowboy de medianoche* aquel verano, cuando le dispararon a Andy en Nueva York, y se estaban gastando tres millones del dinero de United Artists para hacer una historia de un prostituto y no parecía nada realista», contó Morrissey, que pensó que él podía hacer una versión mejor con una centésima parte del coste.

Flesh se abría con una imagen del protagonista, esforzado trabajador, durmiendo —un guiño a *Sleep* del propio Warhol, o quizá una pulla— y seguía con un relato detallado del día de Joe, en el que se encontraba, servía (a menudo) o hablaba (en su mayoría) con un anciano fotógrafo, una bailarina en topless, un par de travestis y un exmarine.

«Deseamos que nuestras películas tengan historias con las que el público se identifique», dijo Morrissey, aunque esto no suena del todo realista. ¿Cuántos miembros de su público serían realmente chaperos bisexuales? Aunque se entiende que los espectadores sí podían imaginarse a sí mismos dentro de la situación concreta que estaban viendo porque se construía como una ficción, como una «historia», más que como una mirada a una realidad de la que nunca podrían ser parte, que es lo que les había dado *The Chelsea Girls*. Podría decirse que las verdaderas películas de Warhol tenían su atractivo, si es que ejercían alguno, justamente en la distancia para con la experiencia normal y, en ese sentido, eran un ejemplo de vanguardia clásica. Las películas de Morrissey, por otro lado, intentaban conseguir que lo extraño pareciera insólitamente accesible. Incluso podría decirse que pecó de aquello por lo que siempre se había acusado a Warhol: hacer malas películas solo porque no sabía cómo hacerlas mejor. Los largometrajes de Morrissey pueden interpretarse con facilidad como intentos fallidos de hacer una producción cinematográfica hollywoodiense convencional, mientras que las películas de Warhol se ven casi siempre como películas de arte y ensayo construidas en torno a un enfoque deliberadamente fallido respecto de Hollywood.

En un análisis mordaz de unos cientos de palabras, Jonas Mekas habló de *Flesh* como el equivalente a los textos más comunes de prosa obscena que publicaba Maurice Girodias; irónica comparación, dado lo que una de las autoras del editor acababa de hacerle al productor de la película. «*Flesh* está construida, articulada y ejecutada mediante un cálculo definido para mantenerlo a uno interesado», decía Mekas, mientras que, según él, al auténtico Warhol no le importaba si captaba tu atención o no. Describía *Flesh* como todo lo que una verdadera película de Warhol no era, y se confesó «un poco sorprendido de que alguien pueda confundirla con una película de Andy Warhol».

Pero ahí es donde Mekas se equivocaba. Por mucho que *Flesh* no estuviera hecha por nuestro artista, y que quizá fuera incluso en contra de sus innovaciones como cineasta, esta era, definitivamente, «una película de Andy Warhol», dado que fue el primer producto que salió de la moderna nueva oficina de Andy Warhol Films Inc. Sus anuncios proclamaban que *Flesh* estaba «creada por» Andy Warhol del mismo modo que una película clásica de Hollywood podría estar «creada por» Warner Brothers o Paramount. De hecho, *Flesh* fue una obra nueva muy importante como proyecto corporativo, más que si el ojo de nuestro artista hubiera estado detrás de la cámara o su dedo en la máquina de empalmar. Como proyecto que de verdad generó beneficios significativos, más incluso que *The Chelsea Girls*, es casi la primera obra de Warhol que encaja absoluta, completa y evidentemente con ese nuevo género artístico que él llamaría «arte

negocio». (Su largometraje de *Jane Heir* también podría haberlo sido, pero claro está que nunca estuvo ni cerca de materializarse). Es posible incluso que Warhol intuyera que tenía que verse muy claro que *Flesh* no estaba rodada por él, como obra cinematográfica, para que pudiera quedar igual de claro que era obra suya en tanto que arte negocio. Sus recientes versiones de los cuadros de las *Flores* y las *Marilyns* podían seguir considerándose —o, más bien, confundiéndose con— obras de arte que guardaban un objetivo estético tradicional, poco comercial. Con *Flesh*, esa «creación» extremadamente no warholiana de Andy Warhol Films Inc., era más difícil caer en ese error.

Si su acto de autocreación tenía de verdad que considerarse una acción artística, entonces quién fuera Warhol tenía tanta importancia como cualquier obra que él produjera o, al menos, todas ellas tenían que profundizar en la cuestión de quién era él. Aquel verano de 1968, mientras yacía en el hospital, su asistente Paul Morrissey lo estaba ayudando a perfeccionar el papel de empresario que había iniciado con la Velvet Underground. Pobre Morrissey: quizá creyó que con *Flesh* por fin estaba manejando la batuta, pero seguía contribuyendo a ejecutar las ideas de su jefe.

Puede que el primer trabajo de Morrissey en solitario en Union Square no tuviera mucho efecto en la práctica artística o la estética de Warhol, pero sí desempeñó un papel clave en la alteración de su mundo social. Al mismo tiempo que la gente del *underground* que había poblado la Silver Factory empezó a alejarse, fue llegando una nueva pandilla que había sido más o menos reclutada por Morrissey aquel verano de 1968.

El deslumbrante Joe Dallesandro, musculoso, rubio y muy pansexual, se hizo con el papel del joven chapero de *Flesh*: por suerte para él, llegó por primera vez a Union Square minutos después de que Warhol recibiera los disparos. «Me planté allí pensando que iba a ser el guardaespaldas —dijo Dallesandro. (Resulta interesante que Warhol ya se sintiera amenazado)—: En mi primer día estaban sacando a Andy en una camilla y me acerqué a Paul y le dije: "Bueno, supongo que me he quedado sin trabajo"». Todo lo contrario. Con Warhol fuera de combate, Morrissey ascendió a Dallesandro de guardaespaldas y recadero a protagonista de *Flesh*.

«El momento en el que me metí en aquello fue justo el momento en el que estábamos empezando a hacer cada vez más películas para el público —contaba Dallesandro—. No sabía si *Flesh* iba a ser un éxito, pero sí sabía que era una película que la gente iría a ver, y que no saldría diciendo: "Pero, maldita sea, ¿por qué me he quedado ahí sentado todo este rato? Estaba aburridísimo"».

Dallesandro fue probablemente la más inverosímil de las

superestrellas de Warhol, o al menos a la que el título le quedaba más irónico. No había tenido intención alguna de trabajar en el cine, y mucho menos en el arte de vanguardia, cuando consiguió por primera vez un pequeño papel en una cinta de *Four Stars*. Era 1967 y estaba de visita en casa de unos amigos en el Greenwich Village, cuando entró sin querer en el apartamento donde Warhol y Morrissey estaban filmando. Después, accedió a luchar con Ondine delante de la cámara. «Lo primero que hice cuando me pidieron que firmara una autorización para la emisión del material fue preguntar: "¿Por qué?". Directamente, no creía que la gente fuera a verlo». Su cinta se proyectó como parte de *Loves of Ondine*, y un crítico juzgó que Dallesandro era casi lo único decente que había en ella, «lo bastante guapo y natural para tener una carrera en el mundo del espectáculo más allá de las películas de Warhol». Fue elegido nuevamente para el papel de uno de los peones del rancho gay en *Lonesome Cowboys*, pero se dio cuenta de que el peso que Warhol daba a la conversación como un deporte sangriento no cuadraba con sus talentos más físicos. El tipo de dirección más estructurada de Morrissey permitía a Dallesandro dejarse querer por la cámara sin tener que competir por la atención de otras estrellas que quizá contaran con lenguas más rápidas.

Dallesandro, que tenía dieciocho años cuando llegó a la escena Warhol, procedía del contexto familiar más miserable posible: su madre tenía quince años cuando se juntó con su padre, un marinero. Dallesandro y su hermano pequeño, Robert (que luego trabajó durante un tiempo como chófer de Warhol), pasaron su infancia con unos padres adoptivos.

> Cuando era niño, yo era un verdadero delincuente: robé un coche, un policía me disparó en la pierna, treinta y seis agujeros en el coche robado en el que yo estaba (por suerte, sobreviví a aquello). […] Cuando finalmente me enviaron a la cárcel, tenía quince años y me dijeron: «El reformatorio al que te vamos a mandar tiene una escuela preciosa, una iglesia, hierba, vacas» (ya sabes, no hierba normal, de fumar, sino hierba y vacas). […] Todos mis amigos fueron a la universidad. Hasta que fui mayor no me di cuenta de que había tenido suerte de no haber perdido todo ese tiempo yendo a la escuela.

Para cuando fondeó en el mundo de Warhol, Dallesandro había pasado tiempo repartiendo pizzas y posando desnudo para revistas «físicas». Hablaba de ser actor de películas como de la primera «profesión» que había sido capaz de mantener. Para cuando nuestro artista volvió a Union Square y Morrissey terminó de rodar *Flesh*, Dallesandro ya estaba instalado en el nuevo estudio, haciendo todo tipo de trabajos penosos, desde manejar el ascensor hasta contestar el teléfono en recepción. «Recuerdo que mi trabajo era, básicamente, mantener a la mayor cantidad de gente posible fuera de la Factory —contaba—. No era tanto que yo fuera la estrella de las películas como

que estaba allí para asustar a los otros tipos. Porque yo era un chaval aterrador. Así que me colocaron en la puerta principal junto con un perro disecado». Aquel canino era Cecil, un gran danés pasado por el taxidermista que Warhol había comprado como «protección» en una tienda de cachivaches donde le aseguraron que había sido la mascota de Cecil B. DeMille. No era cierto, pero sí había sido un galardonado perro de concursos; no está muy claro que triunfara igualmente en la protección del estudio de Warhol. Dallesandro tenía más garra y mejor mordisco.

Flesh introdujo en la órbita de Warhol a otros dos notables miembros: Candy Darling y Jackie Curtis, actrices transgénero que interpretaron pequeños y memorables papeles en la película junto a Dallesandro. Nuestro artista había conocido a la pareja al menos un año antes, cuando, como él diría luego, «las *drag queens* aún no eran aceptadas en los círculos de raritos convencionales». («Rarito convencional» es un oxímoron maravilloso, típico de un artista consciente hasta el extremo de la complejidad de las estructuras sociales).

Más tarde, Warhol haría unas reflexiones sobre su interés en el cambio de género: «Me fascinan los niños que se pasan la vida intentando ser niñas completas, porque tienen que trabajar muy duro, el doble, para deshacerse de todos los signos representativos y para incorporar todos los signos femeninos […]. Es un trabajo durísimo parecer justo lo contrario a lo que la naturaleza ha hecho de ti y luego ser una mujer que imita lo que ya, en primer lugar, es solo una mujer irreal». Aunque la forma de expresarlo suena más a las palabras de un escritor fantasma que al propio Warhol, podemos creer que los pensamientos sí debían ser suyos, o que al menos habría estado de acuerdo con ellos. Sin embargo, el tono distante, objetivo y hasta «cisnormativo» camufla lo profundamente involucrado que estuvo siempre el propio Warhol con el juego de género.

Se autorretrató como una niña siendo un estudiante, y también jugó mucho con el *drag* durante la década de 1950. Como ilustrador, sus delicados estilismos eran en sí mismos una especie de travestismo, y eso justo hacía que sus dibujos se vendieran. Y, después, hizo aquel zapato de oro que en realidad estaba dedicado a Christine Jorgensen, la primera transexual famosa de Estados Unidos. En 1963, el artista de Fluxus Dick Higgins le envió a la casa de Lexington Avenue un sobre que iba dirigido a «Cindy Warhol», y su primera película sonora estuvo protagonizada por la *drag queen* Mario Montez. En uno de los primeros libros sobre el pop, Mario Amaya, el amigo de Warhol que había sido la otra víctima de Solanas, insiste en que el juego que se da al género en el *camp* es uno de los «distintivos importantes del nuevo

arte». Unos dieciocho meses antes de la filmación de *Flesh*, nuestro artista estaba ya tan vinculado a la idea del género fluido que, en un documental sobre un concurso de *drag queens*, su ganadora aparecía paseando por Nueva York, vestida de chico y con una perfecta peluca rubia como la de Warhol; el organizador del concurso dijo que intentó, pero no consiguió, que este fuera uno de sus jueces.

Warhol fue notablemente astuto, y en especial para un hombre de su época, en su forma de entender la transgresión de género. Hay unas imágenes grabadas a principios de la década de 1970 en las que traza una distinción, mucho más cuidadosa de la que podría haber hecho la mayoría de la gente, entre las *drag queens*, que simplemente se visten como mujeres durante «ocho horas al día», y las «personas que piensan que en realidad son chicas», a quienes consideraba más dignas de ocupar un lugar en su séquito. Tenía tanto interés en subrayar su propia transgresión de género que una vez afirmó, en falso, que la idea de llevar el cabello platino la había sacado de Edie Sedgwick, «pues quería parecerme a Edie porque siempre quise ser una chica» (no «vestirme como una chica», sino «ser una chica», una afirmación mucho más fuerte).

En una sesión de preguntas y respuestas con un periodista singularmente tonto, este le pregunta a Warhol que, si fuera una bebida, cuál sería. Un pink lady. ¿Qué prenda de vestir? Una combinación. ¿Qué parte de la anatomía humana? Un pezón. ¿Qué personaje famoso? Christine Jorgensen.

Su interés en el cambio de género tuvo repercusiones para él: unos años después de que empezara a relacionarse con hombres que se vestían (o se identificaban) como mujeres, contó que su contacto con ellas había provocado que algunos ricachones de Long Island lo vetaran como comprador de una elegante casa de verano. Claro que esto no era nada en comparación con los peligros a los que se enfrentaban las propias personas transgénero. Taylor Mead ha hablado sobre su admiración por el coraje de Candy Darling y sus amigas de género fluido, pues aún en el Greenwich Village, donde los homosexuales solían ser bienvenidos, ellas recibían palizas habitualmente de las bandas del barrio. «Iban por ahí ajenas al peligro», contó Mead. En fechas tan avanzadas como 1970, la revista *Life* aún se sintió llamada a escribir un editorial entero criticando la intolerable y evidente corrupción de las costumbres y la moral estadounidenses que representaban la película *Myra Breckinridge* y su protagonista transexual, papel con el que Darling había intentado hacerse con desesperación, pero que fue a parar a la estrella indudablemente femenina Raquel Welch. Su género quedaba en zona segura y sin transgredir.

Candy Darling nació en Queens con el nombre de James Lawrence

Slattery, y creció aún más lejos, en Long Island, contemplando la casa de Christine Jorgensen, muy cerca de la suya. Era una rubia despampanante, al estilo de Kim Novak, que acabó viviendo como mujer todo el tiempo y tomando hormonas femeninas. Warhol y ella se conocieron en el otoño de 1967, la primera vez que Darling fue a Max's Kansas City. Esa vez tuvieron que engatusarla para que infringiera una ley que prohibía a los hombres travestidos entrar a restaurantes, aunque, a menudo, ni siquiera las personas más perspicaces se daban cuenta de que había nacido como varón. (Una vez, el fotógrafo Francesco Scavullo trató de conseguir que apareciera en la portada de *Cosmopolitan* como una modelo femenina convencional, pero se echó atrás en cuanto empezó a parecer que podía salirse con la suya). Cuando Jed Johnson vio a Darling por primera vez, pensó que era la mujer más glamurosa que había visto jamás. No hay duda de que podría pasar por una protagonista de Hollywood siempre que no te fijaras demasiado en su desastrosa dentadura, se le caían los dientes en los momentos más inoportunos. Irónicamente, una vez que ella y Ultra Violet se pusieron a bailar en el club privado de un comisario de arte, a Darling le retiraron la membresía porque el local prohibía que las mujeres salieran juntas a la pista de baile.

Warhol se lamentó una vez de que Darling no tuviera el tipo de «actuación», de tendencia teatral, tan vendible, propio de algunos de los travestis a los que conocía y que ganaban mucho dinero, pero esto era debido a que su disforia de género era mucho más que una afectación. Darling se refería a su pene como «mi defecto», y decía que si atraía tanta atención era porque se parecía a las «mujeres de la pantalla». Sin embargo, según Warhol, ella deseaba en realidad ser una mujer ajena a Hollywood, «con todos los pequeños problemas con los que tiene que lidiar una mujer: que en las medias se hacen carreras, que el rímel se corre, que los hombres te dejan. A veces, incluso pedía que le prestaran un tampax, explicando que tenía una terrible emergencia». Entre sus pequeños, pero bastante reales, retos cotidianos estaba el de recordar que las mujeres se abrochaban la ropa de derecha a izquierda, mientras que los hombres lo hacían al revés. Su objetivo, escribió en su diario, «es ser una mujer hermosa, rica y casada para 1971 […]. Si voy a ser mujer, quiero el paquete completo, una casa en las afueras, un marido y, por extraño que pueda sonar, niños».

Darling apareció en varias películas de Morrissey y obtuvo buenos papeles en algunas obras de teatro, entre ellas una de Tennessee Williams. En el escenario, pasaba por mujer tan bien que un confundido crítico la elogió por ser «la primera mujer que se hacía pasar por un imitador de mujeres». Pero podría decirse que el papel

más importante y natural de Darling fue el de ser la mujer florero de Warhol, quien pudo usar su extremo artificio para dotar de gracia genuina, glamur e incluso feminidad a su mundo posterior a la Factory. Aparecieron juntos en televisión y en las columnas de cotilleo, y Warhol la definió como la superestrella más grande de su historia. (Allá por 1950, él mismo había intentado ser Darling, casi literalmente, cuando firmó como «Candy» las ilustraciones de una revista para niñas). «Candy creía que la vida debía ser siempre hermosa y elegante, pero muy a menudo no lo era», contó un testigo cercano. Cuando murió, de leucemia en marzo de 1974, Warhol lloró, pero no asistió al funeral. Durante las exequias, Darling estaba vestida con ropa de mujer, y así la enterraron.

Jackie Curtis, que apareció junto a Darling en *Flesh*, nació como John Curtis Holder hijo y creció en las duras calles del Lower East Side de Nueva York. Era un dramaturgo *underground* delgado y aniñado al que Warhol se refirió siempre como «él». En realidad, Curtis lo conoció antes que Darling, durante el tiempo que estuvo en las YMCA de la calle Cuarenta y siete: «Fui a la Factory y simplemente decidí meterme en películas antes de que fuera demasiado tarde». Curtis tomaba hormonas a veces, y era *drag* de forma intermitente. En el libro que se escribió sobre Warhol, aparece descrito como «el travesti antitravesti». Cuando murió, de sobredosis en 1985, lo enterraron vestido de hombre. Warhol tampoco asistió a aquel funeral, pero envió flores.

Holly Woodlawn (originalmente Haroldo Santiago Franceschi Rodríguez Danhakl, de Puerto Rico) fue la última del trío de personas transgénero que entró en el círculo de Warhol. Se conocieron cuando Ondine la llevó a una fiesta de presentación de *Flesh* en otoño de 1968, y Woodlawn acabó protagonizando dos películas de nuestro artista. Ella se veía a sí misma como una sensual mujer fatal, pero parecía «Jackie Mason imitando a Carmen Miranda», según Bob Colacello, un actor de Warhol que entró en escena un poco más tarde. «Candy mantenía siempre la compostura, como una dama; Holly era una golfa», dijo el fotógrafo Francesco Scavullo, que las conoció y fotografió a ambas.

Las amigas transgénero de Warhol nunca tuvieron con él el contacto cercano y constante que tuvieron las mayores superestrellas de la Silver Factory. Aquel trío de género fluido funcionaba más bien como una útil escenografía social que nuestro artista adoptaba de vez en cuando, y no como conocidas cercanas de Warhol. Un crítico las describió «como la Rrose Sélavy de Marcel Duchamp pero al revés o bocabajo», lo que da la sensación de que su papel más importante tuvo que ver con el arte posterior al dadaísmo de Warhol. Si su principal proyecto artístico era ya su propia persona, indeterminada y

escurridiza, Darling, Curtis y Woodlawn eran proyectos análogos muy próximos o hasta modelos de él: en tanto que *drag queens*, las tres eran, por definición, criaturas creadas completamente por ellas mismas y que, además, nunca se instalaron del todo en un personaje único y estable. Que no encajaran se debía, en parte, a una sociedad que se negaba a dejarlas resolver la cuestión de quiénes eran, pero también, decía Curtis, al placer, e incluso la sabiduría, que reportaba el rechazo de los roles establecidos y aprobados por la sociedad. Las anteriores superestrellas de Warhol, como Ondine o Edie Sedgwick, podrían resumirse en términos bastante simples a partir de sus propias personalidades extrañas e identificables: cada una de ellas poseía una marca de inestabilidad característica que era fija y permanente. Las superestrellas transgénero que llegaron después nunca tuvieron, ni realmente se les permitió tener, ese tipo de consistencia. Sin duda, interesaron a Warhol por su transgresión de género, con la que él también había ensayado, pero le importaba tanto la fluidez en sí misma como los géneros sobre los que esta operaba.

El trío transgénero de Warhol le permitió realizar una reivindicación temprana de una cultura posterior a Stonewall, en la que se podía hacer ostentación de ser marica, a medida que la cultura gay se trasladaba del armario a la discoteca. Nuestro artista había sido demasiado ostentoso para la generación anterior de homosexuales neoyorquinos de élite. Pero durante la década posterior a su atentado, los signos *queer* que siempre había manifestado empezaron a ser una medalla del honor, al menos en la escena nocturna de Nueva York.

Con su novio, Jed Johnson, y Jay, el gemelo de melena rizada de Jed.

37
1968

SALIDA DEL HOSPITAL | EDICIÓN DE *LONESOME COWBOYS* | CIEN FELICES ROCKEFELLERS | JULIA SE DEBILITA | JED JOHNSON VIVE EN CASA | DE VUELTA AL RUEDO, PERO AÚN TOCADO | PAT HACKETT, LA ESCRITORA FANTASMA | FACTURAS DE HOSPITAL, DEMANDAS, CHEQUES SIN FONDOS | RETRATOS RENTABLES

«Las cicatrices son bonitas, a su extraño modo. Lo único es que son un recordatorio de que aún no estoy bien, y no sé si volveré a estarlo alguna vez».

La tarde del 28 de julio de 1968, Andy Warhol volvió a entrar a su casa, aferrado al brazo de su sobrino Paul, por primera vez desde que le dispararon. El maltrecho artista seguía estando «muy débil y con aspecto frágil». Tenía que pararse a tomar aire cada pocos pasos mientras intentaba subir el gran número de escalones del edificio. Trasladar a Warhol desde el hospital hasta su casa de Lexington Avenue, setenta manzanas al norte, había sido un proceso laborioso, contó el sobrino, conocido como Paulie. Era hijo del hermano mayor del artista, Paul, y estaba allí de vacaciones de verano; cursaba sus estudios de posgrado en el seminario de la Universidad Católica, en Washington D.C., donde Warhol financiaba su educación sacerdotal.

En el hospital, cuando su tío parecía estar a punto de morir, Paul hijo había conseguido que un sacerdote bizantino le diera los últimos sacramentos propios de sus tradiciones rusinas. Resultaron ser prematuros —se adelantaron dos décadas—, pero el sacerdote visitó al enfermo casi a diario en el hospital. («¿Debo intentar seducirlo?», escribió Viva a Warhol durante las primeras semanas de su hospitalización, después de haber impresionado al sobrino con lo bien que sabía rezar). Después, Paul hijo se quedó con su tío durante aproximadamente una semana una vez que estuvo de vuelta en casa.

Warhol estaba encantado con los cuidados que le habían prodigado en Columbus. Las enfermeras lo habían llevado en palmitas, y hasta tal punto le impresionó la amabilidad de las sanitarias puertorriqueñas de aquel equipo que se le ocurrió rodar una nueva película acerca del trabajo que hacían los puertorriqueños en la ciudad a pesar de cargar con el sambenito de ser «los causantes de tantos problemas». Los

médicos habían conseguido curarle las heridas, lo cual fue algo más que un pequeño milagro, dado lo mal que pintaban las cosas en quirófano, pero difícilmente podría decirse que estuviera curado del todo cuando salió del hospital. Estuvo en cama varias semanas, con unos tubos de drenaje insertados en el costado, y una enfermera, Nancy, lo visitaba con frecuencia para revisarlos y cambiarle los vendajes. A mediados de agosto, volvió a someterse a una operación para que le sacaran líquido infectado del abdomen, y tuvieron que extraerle una costilla. A pesar de todos los cuidados y de su sorprendente capacidad de recuperación, Warhol nunca sanaría por completo de lo que le hizo Valerie Solanas.

Según se contaría después, durante las semanas posteriores a su vuelta del hospital se dedicó a dejar atrás la crisis y el drama y a encontrar una nueva normalidad: «Cuando llamaba a la gente y escuchaban mi voz por primera vez desde el tiroteo, a veces se echaban a llorar […]. Pero yo intenté hacer que las cosas volvieran a un nivel de mero chismorreo ligero lo más rápido posible». Los médicos habían convencido a Warhol de que, al menos durante un tiempo, renunciara a su dosis diaria de estimulantes, y esto contribuyó a que el famoso noctámbulo se convirtiera en una persona hogareña: «Empezó a gustarme mucho estar en casa, en la cama, rodeado de dulces, viendo la televisión, hablando por teléfono, grabando las conversaciones». (Luego volvió al Obetrol el resto de la década, y le sumó una dosis nocturna de Seconal, un sedante que le ayudaba a calmarse y conciliar el sueño).

Tras estar diez días recluido, que incluyeron su cuadragésimo cumpleaños, el 6 de agosto, la primera salida que hizo Warhol lo llevó hasta Times Square, para ver algún espectáculo y «reabastecerse», en sus propias palabras, de revistas picantes: «el material sucio y excitante de verdad» que era su equivalente a los cómics que leería un niño postrado en la cama. Es poco probable que no se imaginara recreando las posturas gimnásticas de las revistas porno más de lo que un crío se imaginaría pasando por encima de un edificio de un salto.

Paralelamente a esas actividades terrenas, parece ser que tuvo también un nuevo deber con la religión. Cuando yacía herido de muerte en el hospital, le prometió a Dios su devoción si le salvaba la vida, o eso cuenta una versión de la historia, y una vez recuperado, afirmó haber encontrado un nuevo temor de Dios. Empezó a asistir a la iglesia más que antes, entrando en esos pocos momentos de tranquilidad que se producen antes o después de la misa, o por capricho, cuando le apetecía.

También reanudó un compromiso con lo que podría haber sido su más profundo credo: el arte. Sin salir de casa, poco a poco volvió a crear. La sala principal del espacio, en tiempos una verdadera *factory*

donde Nathan Gluck producía ilustraciones, se convirtió en una sala de edición. Durante las pocas horas diarias que Warhol podía trabajar, comenzó a cortar los brutos de *Lonesome Cowboys*. Era su primer intento de hacer una película más o menos narrativa, y quiso editarla hasta que quedara un metraje estándar de dos horas, dejando atrás la extensión infinita del cine de vanguardia y acercándose un poco más a la cinematografía convencional.

El verano anterior, Warhol había aparecido en televisión afirmando que iba a abandonar el arte completamente para hacer «películas convencionales». En el contexto de aquel programa televisivo, esto parece su último chascarrillo. Viva y Paul acompañaron a Warhol en un púlpito en febrero, y siguieron con la broma al asegurar que su máxima aspiración era presentar a Viva en el papel de Dios en una lucrativa epopeya bíblica. Está claro que *Lonesome Cowboys* se movía en esa misma línea satírica, pero incluso para Warhol, si querías burlarte de las convenciones de Hollywood y que la broma funcionara, la nueva película no podía extenderse interminablemente, igual que las otras que había filmado, sin duda más artísticas. Debía dar al menos la sensación de ser una película convencional. Warhol tuvo que aplicar a las imágenes del rodaje de Arizona una cirugía igual de brutal que la que le habían practicado a él los médicos.

Aún convaleciente, retomó también la pintura, tal como había hecho varias veces desde que declaró la muerte del medio, tres años antes. Trabajó en el encargo de una serie de cien retratos de Happy Rockefeller, la acaudalada segunda esposa del gobernador de Nueva York, Nelson A. Rockefeller, cuyo retrato había pintado también recientemente nuestro artista. Ondine hablaba de haber visitado a un Warhol todavía frágil y ver los pequeños cuadros rosas, del tamaño de libros de bolsillo, alineados en el primer piso de la casa. (Pronto se reunieron todos en una sola cuadrícula de diez por diez). Warhol ya había hecho como media docena de retratos de sociedad antes, pero la gran cantidad de *Happys* idénticas que aparecen en la nueva obra —todas ellas con una enorme sonrisa, en honor de su nombre— hace que este destaque.

Nelson Rockefeller dejó a su primera esposa para casarse con Happy, y su apresurado matrimonio con esta mujer de la alta sociedad, mucho más joven, le costó la oportunidad de competir en las presidenciales de 1964. En el momento en que Warhol pintaba la cuadrícula de retratos encargada en 1968, el gobernador intentaba de nuevo conseguir la nominación republicana, esta vez contra Richard Nixon. Que Warhol retratara a la segunda esposa del político (en su momento causa de su vergüenza) como una posible nueva primera dama siempre alegre tenía cierto sentido, era un quedo comentario acerca de la situación política y del nuevo papel que Happy

desempeñaba en ella como un «activo».

O tal vez las pinturas insistentemente alegres de Warhol tenían que ver más con su propio estado de infelicidad convaleciente. Consciente de ello o no, puede que funcionaran a modo de talismán mágico, evocando una alegría futura que el maltrecho artista podía únicamente imaginar. Si olvidamos por un minuto los cien rostros de la retícula (algunos de ellos, de todos modos, es difícil distinguirlos), resulta fácil detectar una sorprendente similitud entre la moteada gama de rosas y magentas del lienzo y la apariencia del torso de nuestro artista, en proceso de curación y atravesado de horribles cicatrices aún rosadas.

El cuadro *Happy Rockefeller* miraba también al camino por el que Warhol se adentraría como artista en los años siguientes, en los que iría perfeccionando la forma de retrato cada vez más vacío y sin comentario alguno que llegaría a ser su especialidad. Las cien *Happys* idénticas podrían representar el primero de los centenares de retratos de sociedad que pronto se convertirían en su principal producción artística. Con sus heridas aún frescas, Warhol señalaba a su futuro como proveedor de artículos de lujo de marca registrada y producción masiva.

Mientras Warhol volvía al trabajo poco a poco, con mucha cautela, contaba con la compañía de dos ancianos Sam, últimos supervivientes de su horda de siameses. Es posible que a su madre la viera bastante menos, pues la mujer pasaba gran parte del día en cama, en su piso del sótano. Estaba enferma y tomaba medicación (de la que frecuentemente se olvidaba) para su patología cardiaca y su tuberculosis crónica, enfermedades que le dificultaban aún más subir las escaleras para salir de su pequeño apartamento. Cinco meses después de que Warhol recibiera el alta, le tocó a su madre ir al hospital, donde pasó ingresada más de dos semanas debido a un problema de corazón. Al poco tiempo, le estaban recetando Dexamyl (conocido también como «corazón púrpura»), una potente mezcla de anfetamina y barbitúrico que, según le dijeron, debía tomar «cuando se sintiera infeliz».

Aparte de sus dolencias físicas y de una depresión, Julia Warhola mostraba también algunas señales de demencia. (Warhol decía que estaba «algo chiflada»). Invitaba a extraños a entrar en casa y, al final, empezó a deambular, una tendencia característica de enfermedades neurológicas como el alzhéimer. Sin embargo, en la época en la que dispararon a su hijo, aún estaba lo bastante bien para mantener con Viva una conversación coherente acerca de los pretendientes que la habían perseguido en otros tiempos, y le dijo que su cuerpo era «como

un imán» que atraía a todo buen hombre y que le pasaría alguno a Viva como posible marido (a menos que, por supuesto, ella y su hijo se casaran, como la anciana deseaba desesperadamente que ocurriera).

Una conversación telefónica entre Warhol y su viejo amigo Sam Green, comisario de su exposición de Filadelfia, da una idea de cómo era la situación una vez que la demencia de Julia Warhola se consolidó de verdad:

WARHOL: Tengo que a salir a comprar, otra vez.
GREEN: ¿Por qué?
WARHOL: Bueno, ya sabes, debo ir…, hice algunas compras esta mañana, pero tengo que salir de nuevo.
GREEN: Ah. ¿Dónde haces la compra?
WARHOL: La tienda está al otro lado de la calle.
GREEN: En Gristedes.
WARHOL: Sí, Gristedes está muy muy bien.
GREEN: Sí que está muy bien.
WARHOL: Y ellos no… no entienden por qué voy a hacer la compra todos los días. Compro muchísimas cosas. Y ellos…, yo…, supongo que sencillamente no son capaces…, ¿sabes?, no sé lo que piensan… Bueno, que me dedico a malgastar…, no sé qué. ¿Qué hago con eso? No sé…, no puedo imaginarlo.
GREEN: No lo sé. ¿Qué haces con ello?
WARHOL: No…, no lo sé.
GREEN: Bueno, ¿quién se lo está comiendo?
WARHOL: Pues yo no. Es que mi madre lo esconde. Y entonces todo se pone malo, ¿sabes?, todos los días, y me lo voy encontrando por todos lados. Bueno, es solo una de esas chaladuras que hace.
GREEN: ¿Y por qué no… por qué no le pones un candado a la nevera?
WARHOL: Bueno, entonces, no sé, ya sabes. Entonces sería todo demasiado chalado.
GREEN: ¿Por qué le da por esconder…?
WARHOL: Solo es que, ya sabes, eso es lo que está pasando. Es bastante loco.

El artista convaleciente, los ancianos gatos y la deteriorada madre claramente necesitaban cuidados y apareció justo a tiempo un nuevo warholiano en la casa listo para proporcionárselos: se trataba de Jed Johnson, el recadero del estudio que había viajado en el ascensor con Warhol y Solanas aquella dramática tarde de junio. Empezó pasando por la casa de Lexington Avenue todos los días después del trabajo para acercarle el correo a su jefe. A veces les llevaba algo de compra o preparaba la cena. Sus visitas se fueron alargando a medida que empezó a prestar ayuda a Warhol para ordenar el lugar y editar *Lonesome Cowboys*. «A Jed le encantaba la edición de películas, porque era una labor muy solitaria —contaba un socio que tuvo después Johnson—. Era exageradamente tímido. Exagerado, exageradamente tímido».

Para principios de otoño se había mudado a la casa, pues consideró que Warhol y su madre estaban en «tan mal estado» que necesitaban

una ayuda más sustancial. «Acababa pasando allí todo el tiempo —explicó Johnson—, así que me fui quedando».

Y se quedó.

Durante los siguientes doce años, estuvo desempeñando el papel tradicional de una devota joven esposa. Gerard Malanga ha afirmado que, por primera vez, Warhol «tuvo en Jed alguien a quien podía amar. Todos los novios que Andy tuvo antes de Jed lo distraían de su arte […] pero Jed era superútil». Bob Colacello, por su parte, cree que es el típico caso en el que el paciente se enamora de su enfermera. Un amigo que conoció a Warhol y Johnson unos años más tarde describió su relación como «un éxito». El joven, según dijo, guardaba un inquietante parecido con uno de los desnudos de tamaño natural que el artista había dibujado en la década de 1950, como si Warhol hubiera por fin alcanzado un antiguo ideal.

Johnson era un universitario californiano de diecinueve años que había llegado a Nueva York a principios de enero, para pasar un semestre sabático con Jay, su hermano gemelo. (En principio, su destino era Montreal, pero los agentes fronterizos negaron la entrada a los dos melenudos). En su tercer día en Manhattan los atracaron, les quitaron las carteras y se vieron obligados a buscar trabajo inmediatamente para conseguir llegar a fin de mes. Tuvieron la suerte de que, cuando fueron a la Western Union para enviar un telegrama a casa pidiendo ayuda, el oficinista les ofreció trabajar como carteros de telégrafos, con los encantadores uniformes que llevaba siempre aparejado ese empleo. «Vinieron a la Factory en 1968 a entregarnos un telegrama vestidos con aquellos trajes de botones —recordaba Billy Name—. Andy estaba allí, Paul, Gerard y yo, y los miramos y dijimos: "¡Queremos que vengáis a trabajar para nosotros!"». «¿No os parecería mejor trabajar en el interior, a resguardo?», ofreció Morrissey, como incentivo adicional en aquel frío día de invierno. Llevaba tiempo peleándose con la vasta extensión de molduras de madera del nuevo estudio para arrancarla y estaba deseando que contrataran a Jed Johnson, al menos a tiempo parcial, para que le ayudara con aquel trabajo y después con todo el resto de tareas que necesitaba el nuevo espacio, especialmente con la de barrer el suelo, que era algo con lo que Warhol tenía una fijación extraña y con la que los nuevos trabajadores solían empezar. Hasta Fred Hughes había comenzado al mando de la escoba. En poco tiempo, a los hermanos se les prometieron sendos papeles en *Lonesome Cowboys*, pero Morrissey se negó, aunque finalmente empleó la ayuda de Jed Johnson para filmar y editar *Flesh*. Este siempre tuvo un salario, pero puede que su contrato en Max's constituyera unos ingresos mayores.

En abril, Warhol empezó a hablar de dos jóvenes que estaban «arreglando» su estudio, expresándose de un modo que deja bastante

claro que su interés en ellos no tenía únicamente que ver con renovaciones: «Son como el príncipe y el mendigo: el más masculino, Jed, lleva el pelo largo. El más guapo lleva un corte militar y es más femenino. Son guapísimos. Son de Sacramento». Aunque los hermanos pasaron sus primeros años de vida en la Minnesota rural (Jed mantuvo siempre una reticencia típica del Medio Oeste), la referencia a su ciudad universitaria no era casual; parecían unas bellezas clásicas de California: huesos finos, aspecto aniñado y cuerpos esbeltos sin apenas vello que hacían pensar en los adolescentes renacentistas a los que Donatello adoraba esculpir. Warhol les dio el dinero para la señal, y los hermanos se mudaron de la casucha que ocupaban en el Lower East Side —a su nuevo jefe el barrio le parecía un espanto— a un apartamento en la calle Dieciséis, al este de Union Square, a la vuelta de la esquina de Max's Kansas City y a una calle de la casa de Fred Hughes, justo en la misma ubicación dentro de la manzana. Así, quedaron firmemente establecidos en la órbita de Warhol.

Jed Johnson dijo que cuando su hermano y él llegaron a Nueva York eran unos «hippies de San Francisco» y, al menos él, siempre tuvo un talante tranquilo e inocente. (Jay era un poco más salvaje). «Creo que en la Factory casi todos estaban un poco enamorados de Jed —ha contado Bob Colacello, actor warholiano—. Su timidez y serenidad tenían algo muy atractivo. Hablaba tan bajito que tenías que acercarte a él». Tras los disparos de Solanas, en junio, Johnson había llorado en el hospital y, después, fue un visitante habitual de la habitación de Warhol. También le envió cartas encantadoras e ingeniosas que parecen haberle llegado casi diariamente. «Ayer vi *El graduado* —le escribió en una—. Esperaba que fuera una película muy seria, pero no lo era y me pareció muy interesante y agradable. Hoy, he quitado la pintura de una tabla».

Otra de las notas cuenta que Johnson había ido hasta Staten Island para asistir a un evento, y da una buena idea de su mentalidad juvenil: «La fiesta resultó ser una reunión de todos los *queers* en Nueva York. Me pareció que la mayoría de ellos eran realmente detestables, muy aburridos. En realidad, los únicos momentos agradables que he vivido en Nueva York han sido contigo». Jay Johnson ha afirmado que cuando su hermano y él llegaron a la gran ciudad por primera vez aún no habían reconocido que eran homosexuales. (En otra carta que Jed escribió a Warhol, este se hace preguntas acerca de una chica con la que Jay había estado quedando, aunque en una tercera habla de haber «hecho de celestina» entre su hermano y el elegante ilustrador Antonio López, que había sido amigo de Malanga en el instituto). Warhol, según Jay Johnson, fue el primer novio de Jed. El cariño creciente que sentía por aquel hombre, mayor que él, y el hecho de que le fuera correspondido, fue un importante momento de autodescubrimiento.

En el transcurso del otoño, cuando Jed Johnson se instaló en su nueva vida doméstica con Warhol, comenzó a asumir cada vez más tareas del hogar. Llevaba a la madre al médico regularmente, a pesar de que ella, senil, lo acusaba de intentar envenenarla. Le movió la cama al otro lado de la habitación cuando ella se quejó de que le llegaba un olor a bebés enterrados a través de la pared del sótano, que tenía al lado. (La casa contigua albergaba el Instituto de Fertilidad de Nueva York, que se encargaba de tratar la infertilidad, no los embarazos no deseados).

Johnson se dispuso también a poner algo de orden en las habitaciones del piso de arriba, que, a lo largo de la década anterior, se habían ido volviendo cada vez más caóticas. «Era como una cacharrería. Lo había guardado todo, el correo de propaganda, las cajas y latas vacías. Yo lo ordené todo: puse latas con latas y cuadros con cuadros». Johnson procedió luego a pintar las paredes y a organizar la cantidad desbordante de colecciones de Warhol en una especie de decoración coherente. Su labor da unas primeras pistas de que, en una década, Johnson iba a convertirse en uno de los mejores decoradores de Nueva York, con un estilo característico que podríamos llamar «consumismo comedido». Era una versión controlada de la propia estética acumuladora de Warhol: un estilo *queer* y *camp* que el artista descubrió, décadas antes, con la primera novela de Truman Capote y, después, en la decoración de los cafés de Johnny Nicholson y Serendipity.

En casa, Warhol y Johnson se comportaban como marido y marido, compartían cama y vida doméstica. Un amigo recordaba una vez en la que alguien estaba negando que otra pareja gay fueran amantes: «Warhol dijo: “Eso sería como decir que Jed y yo somos solo amigos”. Y Jed se enojó y dijo: “Bueno, lo somos”. Pero no lo eran, créame, eran amantes». Esto se lo confirmó Johnson después a otra de sus parejas, al tiempo que transmitía la impresión de que el sexo con Warhol había sido «al nivel de unos colegiales».

Cuando los gatos de Warhol murieron, Jed y él se hicieron juntos con otra mascota, un perro salchicha al que llamaron Archie en honor de Archie Bunker, según decía a veces Warhol, o, como parece más probable, por un hombre negro con el mismo nombre que hacía *cruising* en Union Square y era conocido por el enorme tamaño de su pene.

El hecho de que Johnson y Warhol fueran pareja era menos evidente cuando estaban fuera de casa, con otras personas. En público, no había manifestaciones físicas de la relación, «ni carantoñas ni nada por el estilo», cuenta un testigo de la escena de Warhol. Unos doce meses después de los disparos, un periodista que estaba escribiendo una semblanza sobre nuestro artista habló de una comida que Jed y él

compartieron con un grupo de personas en un restaurante indio, pero apenas pudo insinuar la ternura sutil que existía entre ellos:

> Warhol se ocupaba de que todos comieran lo suficiente. En particular, se encargó de alimentar a un joven nuevo amigo llamado Jed, un californiano silencioso extremadamente delgado. «Prueba un poco de mi curri», le decía con timidez, la misma con que Jed probaba un poco y le daba las gracias.

Aunque Johnson le dijo a un compañero de trabajo que era «asexual», y no gay, la falta de manifestaciones románticas por parte de Warhol fue causa de tensiones en su relación y contribuyó a su fracaso final. «Jed siempre estaba intentando llamar su atención —contó Jay Johnson—, y a Andy le resultaba frustrante, porque creía que ya se la estaba prestando… Jed necesitaba estar realmente seguro de que Andy le quería de verdad». Warhol también podía ser una pareja celosa y controladora, y sentía tal miedo a que le robaran, a los incendios y ante los extraños que rozó la paranoia después de que lo hirieran. Las rondas que hacía por la casa revisando puertas y cerraduras evocan un TOC incipiente; una de las primeras labores de Johnson en la casa fue organizar la instalación de un sistema de alarma de gran magnitud. Warhol se volvió también más obseso de la higiene que nunca, odiaba darle la mano a la gente y limpiaba la casa como un maniaco: «No puedo irme a dormir si sé que hay polvo en un cajón de la cómoda. Tengo que salir de la cama, coger la aspiradora y aspirar los cajones […]. Puede que incluso me ponga a limpiar con la aspiradora los bombones de cereza antes de irme a la cama».

Pero Johnson también podía ser un cónyuge complicado. En una de las primeras cartas que le envió a Warhol al hospital habla de depresión, y él mismo terminó en el hospital, dos veces, en 1970 y 1978, a causa de dos intentos de suicidio que casi acaban con su vida. Después del primero, Warhol fue a visitar a su compañero enfermo y, luego, le expresó su pesar a Jay: «No sé por qué Jed haría algo así. Yo de verdad le quiero». Un desafortunado daño colateral de haber intentado suicidarse fue que el sueño de Johnson de ser piloto de aviones se fue al traste: pagó las lecciones de vuelo, pero cuando al final llegó la hora de obtener la licencia, descubrió que el intento de suicidio le impedía ejercer. Resulta una ironía cruel que, al final, Jed Johnson muriera en el accidente del vuelo 800 de TWA en Long Island, en 1996.

Warhol no volvió a acudir diariamente a Union Square hasta principios de septiembre. El hombre que reapareció allí era muy distinto del que había sido hasta el momento en que Solanas disparó su arma. Entretanto, había cumplido los cuarenta, pero su cuerpo

había envejecido décadas. «No puedo hacer las cosas que quiero hacer», contó.

Nuestro artista no había sido nunca fornido, pero en el hospital perdió tanto peso que, al menos durante un tiempo, su rostro adquirió el aspecto vampírico de sus últimos autorretratos, bajo una peluca que le daba un aspecto más taxidermizado que nunca. Los abundantes tajos que tuvieron que hacerle los cirujanos para salvarle la vida le habían dejado la pared abdominal gravemente debilitada; los intestinos presionaban contra su piel y terminaron provocándole una hernia «del tamaño de una pelota de fútbol americano» que le recorría todo el vientre y sobresalía varios centímetros. Para mantener las entrañas en su sitio necesitaba una faja quirúrgica, que tuvo que usar durante el resto de su vida. Le pidió a Brigid Berlin que se las tiñera de colores pastel, aunque no sabemos si por su propio gusto o por agradar a sus novios. La consternación por ver su propio cuerpo transformado, sin mencionar los continuos dolores, podría explicar los rumores de que el tiroteo había dejado a Warhol con un interés muy limitado en el sexo convencional de cama. (Otras clases de sexo no se vieron tan afectadas).

«Tengo tantas costuras que parezco un vestido de Dior», dijo Warhol a los pocos días de regresar al trabajo. Sin duda, su cuerpo tenía un aspecto nuevo, con frunces dignos de Dior y todo, y pronto se convirtió en el tema de algunas de las imágenes más turbadoras de Richard Avedon y Alice Neel, dos de los mejores retratistas de aquella época. Nuestro artista les permitió que lo convirtieran en la última de sus trágicas figuras pop, a medio camino entre la muerta Marilyn y la superviviente Jackie. O tal vez en lo que lo convirtieron fue en la culminación de su propia *Muerte y desastres*. Con la ayuda de Solanas, el cliché de que Warhol era, en sí mismo, su mejor obra de arte se materializó sobre la superficie de su cuerpo. Estaba sorprendentemente encantado de enseñar su torso mutilado a personas a las que apenas conocía. Dejó que varios fotógrafos lo retrataran con el torso desnudo y, antes de que Neel pensara en él como modelo, le dijo: «¿Por qué no me pintas con mis cicatrices?».

«Las cicatrices son bonitas, a su extraño modo —le dijo a un periodista—. Lo único es que son un recordatorio de que aún no estoy bien, y no sé si volveré a estarlo alguna vez». No volvió a estarlo nunca. Cuando empezó a volver al estudio, su cuerpo aún dejaba escapar a veces fluidos sanguinolentos que le manchaban la ropa y, cuatro años después, seguía asegurando que sentía «dolores constantes». Sus heridas y la operación, en especial el delicado cosido del esófago, le impedían tragar bien.

El daño que infligió Solanas a la psique de Warhol es mucho más difícil de documentar. De hecho, existe un debate interminable al

respecto. Billy Name aseguraba que, tras los disparos, su amigo se convirtió en «el Andy de cartón, no el Andy al que yo podía querer y con el que podía jugar. Estaba tan sensibilizado que no podías ponerle la mano encima sin que se sobresaltara. Ya ni siquiera podía quererlo, porque le dolía que lo tocaran».

«Andy murió cuando le disparó Valerie Solanas —dijo Taylor Mead —. Ahora es tan solo alguien que se sienta a cenar en la misma mesa que tú. Es encantador, pero es el fantasma de un genio». Varios testigos dijeron de él que era «un fantasma ambulante» y «el ángel de la muerte».

Pero por cada persona cercana que lo veía triste, reflexivo y asustado, o como «un zombi, más muerto que vivo», había otra, como su marchante Leo Castelli, a la que el artista le parecía «más relajado y dulce de lo que había estado jamás». Ingrid Superstar llegó a decir que Warhol era «incluso más profundo y bello ahora que antes, si es que eso es posible». Baby Jane Holzer declaró que este había vuelto de su casi muerte «como un ángel […]. Hizo muchas cosas buenas y era buenísimo», asegurando que era «una de las personas más felices que conozco». Y otro testigo decía que había perdido todo el distanciamiento artificial que antes mostraba, se volvió hablador, receptivo e incluso «adorable». El propio Warhol proyectaba a veces una imagen alegre: «Antes pensaba que sería divertido estar muerto. Ahora sé que lo divertido es estar vivo», le dijo a un periodista, nada menos que en Pittsburgh, ciudad que no era conocida por alegrarlo. En otra ocasión afirmó que sus heridas no le habían supuesto cambio alguno, salvo que ya no se desnudaba.

La primera aparición verdaderamente pública de Warhol tuvo lugar el 5 de septiembre, para asistir a la fiesta de fin de proyección de *Cowboy de medianoche*. Antes había estado con una periodista del *Village Voice*, con la que se había puesto a filosofar sobre su vida y su carrera tras el atentado, y estaba lo bastante bien para adoptar su clásica y divertida actuación con la que generaba más confusión que claridad:

> Estoy intentando decidirme entre si debo fingir ser real o imitarlo. Siempre había pensado que todo el mundo bromeaba. Pero ahora sé que no es así. No estoy seguro de si debería hacer como que las cosas son reales o falsas. Verás, para hacer como que algo es real, tendría que fingirlo. Entonces la gente pensaría que lo estoy haciendo de verdad.

Pero también tenía momentos que suenan a una introspección más sobria: «Desde que me dispararon, todo es como un sueño para mí. No sé de qué va nada. Como si ni siquiera supiera si estoy realmente vivo o… si he muerto. Es triste. Por ejemplo, no soy capaz de saludar ni despedirme de la gente. La vida es como un sueño».

Warhol siempre había sido nervioso, se mordía las pobres uñas de los dedos hasta destrozárselas, pero cuando volvió al estudio estaba más ansioso que nunca.

«Antes no tenía miedo. Y ahora que ya he estado muerto, tampoco debería sentir miedo. Pero estoy asustado. No entiendo por qué. Le tengo miedo a Dios, y antes no lo tenía. Tengo miedo de ir a la Factory», dijo Warhol al *Village Voice*. Curiosamente, un periodista había percibido los terrores del artista durante su viaje a Estocolmo, casi seis meses antes de que tuviera una razón para ellos: «Quien ha visto a Andy Warhol quitarse las gafas negras de rigor ve un rostro igual de muerto y devastado que un frente de guerra después de que haya pasado la batalla. Es una persona muerta de miedo».

Más tarde, Viva contó que Warhol estaba especialmente aterrorizado con las mujeres después de que le dispararan, y que ella había empezado a sentirse excluida de su mundo. (Pero, si se tiene en cuenta el errático comportamiento de la actriz, Warhol podía haber tenido buenas razones para tenerle miedo y poner cierta distancia). Bob Colacello, que comenzó a trabajar en el estudio a principios de la década de 1970, decía que el artista estaba cerca de la paranoia total: «Lo que deseabas era abrazar a Andy y protegerlo, pero no podías […]. Tenías la sensación de que era muy frágil». El ruido del motor de un coche petardeando podía sobresaltarlo.

En el nuevo estudio, Warhol sustituyó el abierto acceso de la Silver Factory por una apariencia de alta seguridad. Jed Johnson construyó unos muros de pladur, de modo que el ascensor que había franqueado el paso a Solanas tan fácilmente en junio daba ahora a un pequeño vestíbulo blanco. Este quedaba sellado del resto del estudio por una nueva puerta holandesa con cerradura que solo podía abrirse desde el interior, a través de un interfono, pero que la mayor parte del tiempo estaba abierta de todos modos, según cuenta un estudiante de arte alemán que, en 1972, entró por las buenas buscando la oportunidad de conocer al gran Andy Warhol. Era sabido que chavales hippies de todas clases hacían lo mismo. La puerta holandesa, dijo Warhol, «no iba a parar una buena patada, mucho menos a alguien que tuviera un arma». Cecil y Joe Dallesandro, el perro disecado y su compañero, formaban el equipo de seguridad. A pesar de su presencia, decía Brigid Berlin, Warhol se sentaba en su pequeña oficina «petrificado ante la idea de que alguien iba a entrar por la puerta del ascensor sin llamar».

Después de que un par de yonquis armados atravesaran las modestas defensas del estudio, se instaló una gran puerta de acero, que tenía una pequeña ventana antibalas y un letrero que decía LLAMA Y PRESÉNTATE, además de una cámara de seguridad. Una noche, después de que todo su equipo se hubiera ido a casa, Warhol entró en pánico al darse cuenta de que iba a tener que bajar solo en el

ascensor.

Bastante más tarde, en 1973, cuando *Vogue* le pidió que escribiera sobre lo que tenía en mente, incluyó la siguiente lista:

¿Están apagadas las luces, o encendidas?
¿Está cerrado el grifo?
¿Están apagados los cigarrillos?
¿La puerta de atrás está cerrada?
¿Funciona el ascensor?
¿Hay alguien en el vestíbulo?

Aun así, ninguno de los temores de Warhol le impidió retomar el mismo tipo de vida pública que llevaba antes de que le dispararan. Quizá el hecho de aparecer en los periódicos le recordó que, en realidad, seguía estando vivo. Después de asistir a aquella fiesta de *Cowboy de medianoche* a principios de septiembre, a mediados de mes se dejó ver en el estreno de una película sobre un crimen mod cuyo pícaro protagonista, interpretado por James Coburn, hacía «esculturas pop porno». (Se entiende por qué Warhol recibió la invitación). La semana siguiente, nuestro artista estaba organizando su propia fiesta de presentación, en honor de *The Marble Index*, un nuevo álbum de Nico, esta vez sin la Velvet Underground como banda. La vasta lista de invitados incluyó la escena cultural de Nueva York de cabo a rabo, desde Michelangelo Antonioni, director de *Blow-Up*, hasta el historiador del arte Leo Steinberg, pasando por Norman Mailer, George Plimpton y todos los miembros de la antigua Factory. La noticia que enviaron las agencias habla de una multitud de doscientos asistentes —casi el numero exacto de invitados que había en la lista— «ataviados con diademas indias, vestidos abiertos hasta la cintura, un vestido de novia, algún esmoquin, trajes de terciopelo y pantalones vaqueros sucios». Warhol (o, más probablemente, la discográfica de Nico, Elektra) derrochó vinos de la célebre cosecha de 1947 al tiempo que alimentaba a los invitados con bocadillos de pícnic. Antes de que la gente empezara a bailar, se sentaron en el suelo del estudio a escuchar el álbum de Nico, lo cual no llevó mucho tiempo, porque los productores habían grabado solo quince minutos de música en cada lado. «Hacía que quisieras cortarte las venas —dijeron—. Cuando terminó, de verdad pensamos que la gente se iba a suicidar». Otros críticos manifestaron sentimientos más cálidos hacia el puro radicalismo de lo que había creado Nico, que se describió como «lúgubres conjuros de mal de amores que es como si los cantara un ordenador IBM con el acento de Garbo», todo ello sobre el paisaje de «ondulantes y ululantes concertinas, órganos, violonchelos e instrumentos electrónicos» de John Cale. Una de las reseñas considera que Nico había logrado reflejar «el universo de su desesperación, un

mundo existencial hecho de absurdos y contradicciones».

El propio Warhol describió el álbum, en términos nada propios de él, como «hermoso», pero después añadió lo que parece una pequeña pulla sigilosa: «Nico se ha pasado todo el verano escribiéndolo en la bañera. Ella trabaja bien ahí». Queda preguntarse si nuestro artista estaba, quizá, intentando poner algo de distancia entre él y un álbum y una fiesta que parecen representar precisamente la contracultura de los sesenta, de la que estaba esforzándose por alejarse. En primavera, Warhol había hecho una rara aparición en Pittsburgh para dar una de sus clásicas no charlas, y una amiga suya de la ciudad, Imilda Vaughan, le había criticado por la ropa que vestía: «El rollo hippie está un poco anticuado ya, hasta en Pgh». En las páginas de moda de la edición de noviembre de 1968 de *Look* aparece fotografiado con terciopelo y volantes hippies. Las fotos debieron de tomarse mientras estaba aún convaleciente y se lo ve avergonzado y enfermo. Para la fecha de la fiesta de Nico, las cintas en el pelo y los vaqueros sucios que llevaban los asistentes debieron de sorprender a Warhol por el notablemente contraste con el espacio limpio y elegante que los rodeaba.

Aquel otoño de 1968, el estudio estaba volviendo al trabajo con un equipo que incluía a Malanga. El poeta contaba con setenta y cinco centavos en su bolsillo y conseguía cenar gracias a los paquetes benéficos que le preparaba su vieja amiga Marie Menken, por lo que aceptó regresar al redil y encargarse directamente desde el nuevo estudio de la gestión del alquiler de las películas de arte y ensayo de Warhol.

En su diario cuenta que se presentó allí el 29 de julio, el día después de que nuestro artista fuera dado de alta del hospital:

> Voy a la Factory a recoger la máquina de escribir que me ha comprado Fred para duplicar la lista de correo de la cooperativa para FILMS, INC. Me dice que Paul probablemente me pagará 1,50 dólares la hora por mi trabajo, pero mi trabajo requiere más esfuerzo que el de cualquier mecanógrafo ordinario, así que le pido 1,75 dólares, que, por cierto, es el mínimo legal, independientemente de que Andy me declare o no. Fred no está en desacuerdo con los términos Andy llama mientras Fred ha salido a buscarme el papel de mecanografía. Es la primera vez que hablo con Andy Pie desde la última vez que lo vi en el hospital cuando Viva y yo nos colamos por la puerta de atrás.

La profesional Pat Hackett se incorporó al equipo un mes después. Era estudiante de Barnard y tenía poco del trasfondo contracultural con el que habían llegado los primeros acólitos. En un principio, Warhol la contrató a tiempo parcial como mecanógrafa voluntaria, lo que ella consideró «una buena manera de darle algo de glamur a mis años universitarios». Hackett compartía la pequeña oficina abarrotada del artista, encajada en un lateral, entre las salas delantera y trasera del

nuevo estudio, y empezó transcribiendo las horas de conversación que Warhol había grabado durante su convalecencia. A lo largo de las dos décadas siguientes, ascendió hasta convertirse en su confidente, colaboradora y, sobre todo, escritora fantasma. Es posible que muchos famosos warholismos sean, de hecho, hackettianos.

La joven emprendió su labor más importante a principios de la década de 1970, cuando comenzó a llevar un registro de las llamadas matutinas entre Warhol y ella. Aparentemente, debían servir para que este le informara de los gastos del día anterior, pero pronto empezaron a funcionar como un diario de lo que había ocurrido en la vida de Warhol. Cuando todo esto se publicó, en 1989, como *Diarios*, surgieron tres preguntas que aún están sin respuesta: cuánta verdad le transmitió Warhol a su confidente, cómo de fiel fue ella al transcribirla y qué verdades se han quedado sin desvelar porque el 90 por ciento de las entradas del diario no llegaron a imprimirse. La confusión que le encantaba sembrar a nuestro artista siguió propagándose después de su muerte.

«Por primera vez, habríamos ganado algo de dinero este año —dijo Warhol en su primera entrevista después de que le dispararan—. Pero mis facturas del hospital se lo llevan todo. Nuestros ingresos brutos son enormes, pero el neto es prácticamente cero. Y el poco que hay volvemos a invertirlo en nuestras películas experimentales. Pero los Beatles tienen mucho dinero y estamos intentando convencerlos de que establezcan una fundación inactiva para nosotros». De la estratagema de los Beatles no salió nada (si es que alguna vez llegó a existir fuera de su cabeza), pero Warhol necesitaba sin duda un nuevo modelo de negocio.

Mientras su cuerpo iba recuperando lentamente las fuerzas, tuvo que hacer frente a una nueva y enorme amenaza para su salud financiera. En su primera aparición después del tiroteo, lo vemos sentado en un juzgado, justo un mes después del día en que le dieron el alta y aún pálido como la muerte, para impugnar una demanda en su contra por ochenta mil dólares. Phillip «Fufu» Van Scoy Smith, el aristocrático mecenas de la debacle que fue *Jane Heir*, lo había demandado el año anterior y le pedía esa cantidad. Warhol había ignorado una citación en el caso (cuando se lo notificaron, en Max's, había pensado que era una broma), y Fufu consiguió un juicio sumario contra él. Fueron necesarios más de dos años de apelaciones y miles de dólares invertidos en facturas de abogados y detectives privados hasta que Warhol consiguió librarse de la amenaza. Y, aun así, solo lo consiguió porque Fufu estaba tan chalado que se perdió la fecha final del juicio.

Mientras tanto, a Warhol se le acumulaban las facturas. Sus gastos fijos no hacían más que subir, debido a su nuevo alquiler de Union Square, que era más alto, y unos seguidores que se parecían cada vez más a empleados (Fred Hughes, Jed Johnson, Gerard Malanga) —o, lo que es peor, a socios (Morrissey)—, por lo que necesitaban una compensación a la altura. Sus actores también le exigían, más que nunca, que les pagara. (Quizá la experiencia de *Cowboy de medianoche* los había malacostumbrado). Comer gratis en Max's ya no era suficiente recompensa, aunque cuando Warhol volvió al trabajo en septiembre descubrió que la cuenta había ascendido a tres mil dólares.

Las facturas del laboratorio también se habían disparado, pues sus películas habían pasado del blanco y negro mudo al color con sonido, y empezaban a tener un metraje que —pánico y terror— muy bien podía quedar eliminado de la pieza final. Mientras Warhol estaba en el hospital, su laboratorio de cine enviaba facturas por seis mil dólares y solicitaba un pago considerable antes de que hicieran más revelado.

Para finales de julio, el nuevo casero de nuestro artista estaba quejándose de que este llevaba tres meses de retraso en el pago del alquiler, lo que significa que el problema se remontaba incluso a antes de que acabara en el hospital Columbus. Tal como le dijo a la periodista del *Village Voice*, sus ocho semanas de ingreso no hicieron más que agravar el estado de su situación financiera. Una vez le contó a su viejo amigo Emile de Antonio que sus facturas médicas por causa de los disparos habían ascendido a dieciséis mil dólares, «y tuve que pagarlo todo por mi cuenta». Los extractos respaldan esa cifra —solo por la sangre le cobraron quinientos dólares—, que habría supuesto una factura enorme en aquellos días, en especial si, como Warhol afirmó una vez, su agente de seguros se embolsó de verdad sus primas en vez de suscribirle un plan de salud. Aunque Fred Hughes negó después que aquel año nuestro artista tuviera problemas de dinero, hay unas cartas de ese verano en las que afirma estar esperando que sean los De Menil quienes cubran los costes del hospital de su jefe. (Sin embargo, después decide que eso sería de mal gusto). Mes tras mes, Warhol fue ignorando los requerimientos de pago, cada vez más apremiantes, del cirujano que le había salvado la vida. Una factura que le envió seis meses después del tiroteo lleva la nota: PAGA YA, FANFARRÓN. El artista terminó enviándole por correo un cheque por valor de mil dólares (tan solo un tercio de lo que debía, y estaba sin fondos) y, finalmente, sin previo aviso, le mandó un mensajero con un *portfolio* entero que incluía diez láminas de *Latas de sopa* y parte de una serie de *Marilyn*, un intercambio que el médico jamás habría aceptado, con un artista del que apenas había oído hablar, y por obras de arte que no le gustaban.

Tal vez el cirujano habría estado más por la labor si hubiera sabido

que el ataque de Solanas iba a hacer que el mercado de Warhol se disparara. Eso fue lo primero que pensó Henry Geldzahler al recibir la noticia de que su amigo estaba herido: «¿Sabes lo que una cosa así hace por el valor de los cuadros? —le dijo a su novio, y añadió—: Jamás le digas a nadie que he dicho eso». Un marchante ha contado que las obras de Warhol empezaron a funcionar como una mercancía: «La gente estaba dispuesta a adquirirlas a cualquier precio. Era como tener acciones de IBM. A nadie le gustaban siquiera»; esta situación se mantiene en la actualidad.

Pero la buena salud del mercado de Warhol hizo más por sus coleccionistas que por su economía inmediata. Aquel otoño, se lamentaba de que le quedaban tan pocos cuadros para vender que iba a empezar a enmarcar sus pantallas de serigrafía para comerciar con ellas. (Lo había hecho no mucho antes con la del retrato de Sidney Janis; también había expuesto una pantalla, hecha con un fotograma de la escena de violación de *Four Stars*, en una exposición de arte erótico en Escandinavia). Si le estaba entrando algo de dinero, era solo a cuentagotas, y procedente de toda clase de fuentes extrañas e inestables.

El servicio de alquiler de películas para las universidades del que se encargaba Malanga era, en el mejor de los casos, una operación muy pequeña, según contaba, que consistía en organizar un puñado de alquileres al mes por un salario de cincuenta dólares a la semana. (Había mejorado, antes cobraba por horas). De algunas conferencias, todavía le debían a Warhol un par de miles de dólares cuando Solanas le disparó. Aun así, sin duda iba a pasar bastante tiempo antes de que volviera a aparecer ante un atril, cosa que, seguramente, ni a él ni a su público debió de importarle gran cosa.

También se produjo la venta directa de obras ocasional tanto a instituciones como a coleccionistas. En junio, aún en el hospital, Warhol vendió por mil doscientos dólares una copia del metraje de aquella misma escena de violación. Lo adquirió, contra todo pronóstico, una institución del estado de Nueva York que se encargaba de distribuir películas a universidades y museos pequeños. En julio, alguien de Houston ofreció cinco mil dólares por un gran cuadro de *Flores* que se había expuesto en la ciudad, de los cuales Warhol tendría que pagar una comisión al tejano que había hecho de intermediario. (Esto tiene importancia, pues es uno de los primeros casos en los que vemos a nuestro artista empleando este tipo de agentes aleatorios para vender su obra, y pronto estaría haciéndolo así habitualmente). Hubo también un par de proyectos de creación de tapices pop en los que Warhol estuvo metido y, además, estaban sus varias ediciones de láminas estampadas. Las *Flores* se vendían bastante bien, pero la serie del asesinato de Kennedy, aunque había iniciado antes su andadura,

apenas llegaba al mismo nivel cuando Warhol empezó su convalecencia.

Al artista se le ocurrió que podría recaudar algunos fondos más acechando a Eleanor Ward para pedirle las cantidades que creía que ella le seguía debiendo, desde la época en la que había dejado su Stable, más de cuatro años antes. La batalla legal se prolongó durante años.

Morrissey, con igual preocupación —y tal vez menos ambición— por su economía, decidió ahorrarle unos dólares al estudio quitando el teléfono público (por lo que parece, les costaba una tarifa mensual), pero esto difícilmente podría haber reflotado el negocio.

La primavera siguiente, un periodista le preguntó de dónde salía el dinero para pagar las nóminas y los costes de producción de las películas, y Warhol le dijo que seguía dependiendo de los ingresos de *The Chelsea Girls*. Esta empezaba, por fin, a generar un beneficio real, más que dos años después de su estreno y una vez todas sus deudas quedaron cubiertas. «Pero hacer películas es muy caro —le explicó Warhol—. Aún seguimos teniendo que hacer un retrato de vez en cuando para conseguir dinero y poder seguir experimentando».

En los retratos, que terminó haciendo mucho más a menudo que «de vez en cuando», Warhol encontró el secreto para financiar las dos décadas siguientes de su carrera. En realidad, fue Fred Hughes quien dio con esa línea de ingresos. En junio de 1968, teniendo que hacer frente a una pila de facturas y con su jefe aún en una cama de hospital, tuvo la idea de conseguir que sus mecenas John y Dominique de Menil les encargasen retratos. Cuando Warhol volvió al trabajo en Union Square, en otoño, le estaban esperando dos proyectos: un retrato póstumo de Jermayne MacAgy, una comisaria de arte de Houston que había compartido con los De Menil sus aventuras en el mundo del arte y a la que querían mucho, y otro de la propia Dominique. En octubre, nuestro artista alquiló un nuevo espacio en el décimo piso del Union Building, un lugar donde podía entregarse al follón de la serigrafía sin alterar el orden que Fred Hughes había impuesto en la planta baja; en poco tiempo, añadió también espacio en el octavo piso, entre habitaciones que alquiló para destinarlas a almacenamiento. El plan de Warhol de abandonar el tipo de creación artística que conlleva caos para dedicarse a la pulcritud de la producción cinematográfica había funcionado durante tres años. Cuando el trabajo de los nuevos retratos estuvo en plena marcha, hasta el apuesto Hughes podría haberse visto obligado a colaborar en ellos: una noche, Warhol lo mantuvo faenando en el estudio hasta la hora de cenar; cuando se fueron, el dandi estaba cubierto de pintura.

Obviamente, los dos encargos de los De Menil no eran los primeros retratos por los que Warhol había cobrado. Pero sí fueron casi los primeros en los que usó el mismo formato de un metro cuadrado que había empleado con anterioridad en algunos cuadros pop (que no eran encargos), los de Marilyn, Liz y Jackie, y que después pasó a utilizar en cientos de retratos de famosos y gente de sociedad durante los años setenta y ochenta. A partir de los retratos para los De Menil, Warhol insistió casi siempre en emplear ese mismo formato, aun a riesgo de perder encargos de otros adinerados mecenas que preferían otros tamaños. El motivo de esta fijación, contó el artista, es que soñaba con tener algún día una exposición en el Met llamada «Portrait of Society», que incluiría los lienzos de toda la gente que había pintado desde que Solanas le disparó, en tamaños idénticos.

Esta concepción serial atenta contra la noción estándar de que los grandes retratos captan la absoluta singularidad de sus modelos particulares, que queda reflejada en una obra de arte igualmente grandiosa e irrepetible. De hecho, aquellos retratos iniciales de MacAgy y De Menil, a pesar de ocupar una posición determinante en la carrera de Warhol, parten de fotografías genéricas de ambas mujeres y no hacen demasiado por revelar ni sus virtudes ni sus cualidades particulares, y tampoco la maestría pictórica de nuestro artista. Un conocido crítico, y uno de sus primeros fans, llegó a decir que, en Warhol, el arte del retrato era «esencialmente cosmético, un tratamiento superficial al nivel de la piel, y no una exploración del carácter del individuo». (Véase el encarte en color para observar algún ejemplo). Antonio Homem, que trabajó mucho con él en la galería de Sonnabend, estuvo presente mientras el artista retrataba a la propia Ileana Sonnabend y llegó a la conclusión de que «cualquiera que diga que los retratos de Andy captan la personalidad está loco».

Más bien podría decirse que los dos cuadros para los De Menil que dan inicio a la serie, teniendo en cuenta todos los que les siguieron, funcionan como una versión del catálogo de las *Sopas Campbell's* que Warhol había expuesto en su primera muestra individual pop en la Ferus: aquella exposición había presentado toda la gama de sopas de Campbell's, sin apenas ornamento estilístico, y los retratos ofrecían una muestra muy similar de una «marca» de lujo de la humanidad.

No mucho después de terminar los dos encargos para los De Menil, Warhol, con su indefectible perspicacia, estaba diciéndole a su viejo amigo Emile de Antonio que en realidad absolutamente todo el arte no era más que una versión del *Social Register*. [15] Según esto, su vasta serie de retratos de sociedad se erige como un posible resumen de su práctica artística completa, y tal vez de la de todos los pintores, pues por aquel entonces él ya había declarado una y otra vez la muerte de la pintura, medio que ya hacía tiempo consideraba como poco más

que un elemento decorativo típico de Park Avenue. Irónicamente, si los retratos estaban de verdad subordinados al *Social Register*, al que pertenecían sus modelos, ese mismo hecho los vinculaba con las tendencias más candentes del arte conceptual de finales de la década de 1960, que Warhol no perdió nunca de vista. Los artistas pospintura del nuevo conceptualismo —que, igual que él, eran casi postarte— preferían ceder el control estético a alguna clase de sistema que generara sus imágenes, del mismo modo que los retratos de Warhol dependían del mero accidente social que determinara cómo y cuándo eran encargados, y no de la elección propia acerca del tema o el tratamiento de su autor. Un par de años antes del atentado que sufrió Warhol, el japonés neoyorquino On Kawara había lanzado sus famosos *Date Paintings*, los cuadros de fechas que, a lo largo de cincuenta años, llegaron a formar una serie de casi tres mil lienzos, y que a Warhol le gustaban especialmente. Cada una de las obras empezaba su vida por la mañana como una típica monocromía vanguardista que, después, el artista interrumpía —o desfiguraba, podría decirse— pintando a mano en gran tamaño la fecha en la que la había creado. Los retratos de sociedad de Warhol funcionan como un registro similar de la existencia de un artista a lo largo de varias décadas, aunque lo que revelan son las fuerzas sociales y quizá económicas a las que estuvo sometido, en vez de las cronológicas o cosmológicas que registraba On Kawara.

Si esta forma de leer sus retratos tuviera sentido, dotaría a Warhol de una sofisticación y un ojo crítico que contrapesa el papel de lacayo que todos los retratistas de la corte tuvieron siempre que asumir para garantizarse sus encargos. Esta serie de nuestro artista nos enseña a un plebeyo burlándose sutilmente de la alta sociedad sin que sus miembros se den cuenta, como un virtuoso falsificador que se enorgulleciera de que nadie detecte nunca sus marcas. (A veces, estas mofas de Warhol no eran tan sutiles: él y su maquilladora, Gigi Cutrone, solían divertirse haciendo que las damas que llegaban extravagantemente vestidas se desnudaran, se envolvieran en una tela sucia y se dejaran pintar la cara de blanco, todo para salir «más guapas», según les decían, en los cuadros de Andy).

El Warhol que retrataba a los poderosos de la sociedad durante las décadas de 1970 y 1980, evoca a aquel Francisco de Goya que pintaba los últimos restos de la nobleza borbónica en España con toda su vulgar decadencia, paralelismo que ya se estaba señalando antes de que Warhol hubiera avanzado mucho en su proyecto de los retratos. En 1971, se decía que estos cuadros representaban «la vacua clase de los mecenas que supuestamente sostienen el arte en este país» pintados por «no solo nuestro mayor realista, sino también nuestro mayor moralista», en palabras de la crítica Barbara Rose, que fue la

primera en hacer la comparación con Goya. «Warhol está a la altura de los más acérrimos rivales de la hipocresía y las convenciones de la sociedad».

Da la sensación de que Warhol supo toda su vida que era más inteligente que la sociedad convencional en la que a menudo estaba sumido, y también de que estaba más que conforme con guardárselo para sí mismo. Su experiencia como joven gay le había hecho perfeccionar este tipo de fachada, desde la cual disparaba sus críticas. Eso también pudo haberse permeado a sus retratos. A principios de la década de 1970, Gerard Malanga describía su estilo y tono como «nada más que gay», al tiempo que reconocía que Warhol sería el primero en negar este punto: «Me lo imaginaba gritando: "¡¿Cómo que mis cuadros son homosexuales?!"».

En otoño de 1968, John de Menil escribió del artista que era «un hombre maravilloso cuya calidad humana suele verse distorsionada por el deseo general de convertirlo en una estrella de lo sensacional, cuando su obra es pionera, seria y profunda». Es probable que esta precisa descripción explique también la profundidad y seriedad de los retratos que los De Menils de este mundo obtuvieron del artista, empezando por los de ese mismo otoño: cuadros que hacían gala de una profunda capacidad de diagnóstico, a pesar de su aparente superficialidad. Tal como explicó uno de sus marchantes, por interesado que Warhol pudiera parecer en hacerse un lugar en la sociedad de Park Avenue, le importaba mucho más su lugar en la historia del arte: «Fingía que quería que su obra entrara en Tiffany's, pero donde realmente quería que estuviera es en el MoMA y en la National Gallery».

Warhol, que creía con toda firmeza en la clásica innovación de vanguardia, tuvo que ser consciente de que, al menos a largo plazo, sus retratos podrían garantizarle con más seguridad un espacio en los museos que la clase de obras más obviamente impactantes. Si en su momento Duchamp había dicho que el único movimiento radical que les quedaba a los artistas era exponer «pinturas típicas de calendario», quizá Warhol se dio cuenta de que los retratos de sociedad podían ser un equivalente de ellas.

Tampoco es que tener la mirada puesta en la posteridad impidiera a nuestro artista mantener un firme control sobre otras preocupaciones más inmediatas. «Es un chaval de Pittsburgh que logró triunfar en Nueva York —dijo un conciudadano que llegó a hacer lo mismo—. Me daba risa pensar [… que] con sus obviamente vanidosos retratos ha enredado a las personas más vanidosas y ensimismadas y ha creado toda una estructura de encargos para sobrevivir». Un año después de que empezar su campaña de retratos, Warhol envió un telegrama a un empleado de Apple Records en Londres:

ENCANTADO CON IDEA DE HACER RETRATOS STOP POR POLÍTICA LOS NUEVOS CUADROS DEBEN COSTEAR UNA PELÍCULA PEQUEÑA STOP P OR TANTO EL RETRATO INICIAL DEBE COSTAR 25000 DÓLARES STOP CADA PINTURA ADICIONAL CON LAS VARIACIONES 5000 DÓLARES STOP TODOS LOS CUADROS SON A GRAN ESCALA ENVÍA POR FAVOR FOTOS DE YOKO Y JOHN JUNTOS Y POR SEPARADO TUYO ANDY

Con sus habituales de después del atentado: Paul Morrissey, Joe Dallesandro y Candy Darling.

38
1968–1969

FUCK, *BLUE MOVIE* | AVANCES HACIA EL ARTE CONCEPTUAL: ASPIRADORAS Y SUPERESTRELLAS DE ALQUILER | «RAID THE ICEBOX» Y EL MUSEO COMO OBRA | SILLAS FLOTANTES Y MÁQUINAS DE LLUVIA | PROYECTOS EN VÍDEO | UN HELADO PARA SCHRAFFT'S

«Andy tiene siempre muy buena intuición para marcharse cuando sabe que las cosas no van en la dirección correcta».

Fuck.

Este era el título de la «peliculita» que Warhol estaba financiando con los encargos de los retratos cuando regresó finalmente a Union Square. También fue la última en ser una obra suya por completo y no una «producción» de Andy Warhol Films, Inc.

El artista la explicaba como «una película que es solo follar, nada más, igual que *Eat* era solo comer y *Sleep*, solo dormir». Con su típica mezcla de competitividad y agresividad pasiva, Warhol empezó a trabajar en la película justo cuando Morrissey se preparaba para lanzar su *Flesh*. Se cuenta que aquel intentó vengarse echándose a reír cuando filmaban las escenas de sexo en *Fuck*.

Viva aseguraba que la primera que tuvo la idea para la película había sido ella, un año antes, un día que estaba colocada con LSD. Warhol la eligió como una de sus dos protagonistas, junto a su exnovio Louis Waldon, que había interpretado un pequeño papel en *Flesh* y había hecho algún trabajillo menor en pornografía. Warhol aún usaba un bastón para caminar y estaba «pálido y demacrado» aquel domingo de finales de agosto en que se reunió con los dos actores en un café de Central Park para hablar sobre la película. «Cuando Andy dijo que quería que hiciéramos el amor, supe que no iba a ser una película de penes y tetas —dijo Waldon—, iba a ser algo sensible», lo que demuestra lo lejos que estaba de comprender la estética de nuestro artista. Este siempre se había inclinado más por la pornografía que por la erótica: durante los primeros días de la Factory, Jane Holzer se negó a protagonizar una película sobre una chica Avon, en la que se suponía que tenía que «entrar en casa de una familia de la vida real y follarse a todos los hombres, mujeres y niños que viera y

grabarlo». (Después creyó que probablemente debería haber aceptado el papel). El día que Warhol llevó a un grupo de amigos a ver *Garganta profunda*, de porno duro, dijo que era una de las películas más emocionantes que había visto en su vida. En 1972, en un anuncio de la muerte de su madre aparece, de hecho, como «productor de películas para adultos». Por suerte, ella no pudo leerlo.

Viva, tan perdida como Waldon respecto de su mentor, imaginó que *Fuck* sería «un *pas de deux* placentero y sensual». Cuando vio que no era así, se horrorizó. Ver los brutos de las imágenes la puso de los nervios e hizo que se alejara más aún de la escena de Warhol. Este tuvo que rogarle que firmara un documento de autorización, «para que pueda mostrarla una vez en el Whitney».

Fuck se rodó por dos mil dólares en un único y soleado sábado de septiembre, en el apartamento que el crítico de arte David Bourdon tenía en el Greenwich Village, sobre el río Hudson. Warhol dijo que le gustaba la sensibilidad «del vulgar estilo moderno» del apartamento (rastros del nuevo estudio de Union Square), pero su anfitrión se mostró reacio a prestárselo hasta que nuestro artista jugó la carta de la pena: «Vamos, David, ayúdame a volver a levantarme». Para volver a levantarse tenía que estar haciendo arte, aunque Viva más tarde decidió que la terapia ocupacional de Warhol servía también como terapia sexual: «Mi propia idea sobre *Blue Movie* no era, creía en ese momento, enseñarle al mundo acerca del "amor verdadero" o del "sexo verdadero", sino enseñárselo a Andy».

La película tiene algunos de los ingredientes del porno de verdad: Viva lleva un *body* de gasa totalmente transparente —Waldon tiene que pelearse con los botones de la entrepierna— y, aun cuatro años antes de que saliera *Garganta profunda*, el sexo oral ya ocupa mucho espacio: la pareja comenta con detalle el sabor poscoital del pene de Waldon. Paul Morrissey se marchaba del set cuando la acción se volvía explícita, aparentemente molesto por no haber conseguido limpiar las películas de Warhol. Pero en el fondo la cinta es más vanguardista que erótica. Los actores atraviesan la «cuarta pared» para hablar con el equipo de producción (nombran tanto a Morrissey como a Hughes), y el largometraje está teñido de azul porque Warhol usó una cinta con el color ajustado a la luminosidad para rodar con la luz que entraba por una ventana: «Le da un aire artístico —dijo al descubrir su error—. Podría ser una película de arte, es muy muy bonito». Ese matiz azul llevó también a un nuevo título que, de hecho, podría citarse sin problema en los anuncios y reseñas convencionales: *Blue Movie*. Tanto si el cambio de color fue deliberado como si no, provocó que *Fuck*, con todas sus obscenidades, fuera más explícitamente estética que gran parte del resto de las películas de Warhol, y se hace eco de los experimentos con colores saturados y

antinaturales que había emprendido con sus primeras serigrafías, así como de las proyecciones de color de Exploding Plastic Inevitable. Para los entendidos del arte, había también una referencia evidente a *Rose Hobart*, una famosa película en un intenso azul de un gran héroe de Warhol, Joseph Cornell, lo que hace muy probable que lo que él llamó un «accidente» con la cinta fuera, en realidad, una estrategia deliberada.

Cuando no vemos a Viva y Waldon en el acto, como sucede la mayoría del tiempo, es porque están enfrascados en una conversación banal acerca de temas como el pie de atleta y la gonorrea que les afecta, o dando su opinión sobre Vietnam. Para interpretar su papel, Waldon buscó desesperadamente un poco de argumento al que aferrarse, algo más cercano a la *Flesh* de Morrissey que a la típica película de Warhol sin trama: «Para mí, la situación es la de dos personas que echan su último polvo. Nos vemos por última vez y hacemos todo al revés: nos encontramos, follamos, comemos». Describe la película, contra todo pronóstico, como «una bella, bellísima, historia de amor».

Como de costumbre, la cámara permanece completamente estática, duplicando el papel de Warhol como *voyeur* silencioso y desapegado en la vida real. «Lo único que quería averiguar es cómo interactuaban las "personas normales" entre sí», según dijo Viva. (Como si ella hubiera sido alguna vez ejemplo de ello). Igual que la mayoría de los acólitos de nuestro artista, ella interpretaba las acciones de Warhol en función de sus debilidades y necesidades personales más que por las exigencias de su práctica artística. Aquel sábado por la noche, durante la cena, este dijo que pensaba que el metraje que habían rodado era «hermoso» y la opinión de un crítico fue que alcanzaba «un sentimiento indiscutible de autenticidad documental».

Si bien *Blue Movie* recupera el concepto de acción única de *Eat* y *Sleep*, se muestra más errante y menos rigurosa que cualquiera de ellas, uno de sus fans señaló lo siguiente a nuestro artista en una carta: «No parece una película de Warhol, más bien parece algo del típico director de *sexploitation* […]. *Blue Movie* no era tuya». (Los admiradores de Warhol siempre fueron muy generosos a la hora de compartir sus puntos de vista sobre su arte y su vida).

Al principio, solo la gente cercana a Warhol pudo ver la película, hasta que, en junio de 1969, se hizo una proyección de los cuatro rollos a beneficio de la revista *Film Culture*, de Mekas. Al mes siguiente, una versión de tres cintas —de ciento cinco minutos— ya con el nuevo título de *Blue Movie* reemplazó a *Lonesome Cowboys* en el recién nombrado Andy Warhol Garrick Theatre de Bleecker Street. El filme llevó a nuestro artista a hacer historia una vez más: es la primera película en la que aparece sexo explícito que se distribuyó

normalmente en los cines. Quizá ese fue el objetivo de Warhol desde el principio, teniendo en cuenta el papel que desempeñó en la larga rivalidad que él mantenía con Stan Brakhage, competidor por el trono del cine *underground* que había atacado en tiempos la obra de nuestro artista. A principios de 1968, Brakhage estrenó una película aún más explícita llamada *Lovemaking* —mostraba sexo heterosexual y gay e incluso escenas eróticas entre niños—, que causó tal conmoción que, básicamente, desapareció de la vista. Con *Blue Movie*, Warhol fue capaz de demostrar que su estatus en la cultura general le permitía hacer lo que Brakhage, mayor que él, no había podido.

La película gustó a algunos espectadores serios. Timothy Leary le dijo a Viva que le había encantado. A un crítico le pareció que tenía «una tristeza profundamente arraigada que transmite la melancolía de no poder encontrar en el presente ningún Edén de la infancia». Pero la mayoría de los principales críticos fueron bastante negativos y las autoridades quedaron aún menos impresionadas. Se apoderaron de *Blue Movie* al principio de la proyección, arrestaron a tres empleados del teatro y pusieron al gerente del Garrick una multa de doscientos cincuenta dólares; Waldon huyó a Italia para evitar que lo imputaran. Como señaló Warhol, la policía hizo todo lo posible por censurar su obra oscuramente obscena, pero no tenía problema en permitir que otras películas contemporáneas de Times Square como *Judy's Box* y *Tina's Tongue* se proyectaran ante multitudes mucho mayores. Añadió, acertadamente, que ningún verdadero consumidor de porno habría tolerado la escasez y la delicadeza de las escenas de corridas que aparecen en *Blue Movie*, salpicadas entre un montón de charla que resulta menos que sexy. Nada de ello importó; en la apelación, los jueces insistieron en que *Blue Movie* era pornográfica. Para mantener vivo su contenido, Warhol lanzó la obra en formato libro, donde se recoge el texto completo del apasionante diálogo junto a una selección de fotogramas.

«*Blue Movie* era real —dijo Warhol—, pero no la entendíamos como pornografía, era un ejercicio, un experimento. Aunque de verdad creo que las películas deberían excitarte, despertarte algún entusiasmo por la gente, deberían ser lascivas».

Resulta una afirmación extraña para un cineasta que destilaba su genio en películas que fácilmente podrían hacer que uno se durmiera. De ese modo, la menos frígida *Blue Movie* podría haber presagiado la salida de Warhol de la adormecida vanguardia para entrar en la corriente principal de la «emocionante» cultura popular, o más bien, para realizar una inmersión vanguardista en la corriente principal. «He dejado el arte. Quiero hacer películas que no tengan nada que ver ni con el arte ni con el buen diseño», le había dicho Warhol a su amigo David Bourdon justo después de que su estudio se trasladara a

Union Square. Excepto por el accidental tono azul de *Blue Movie*, que le da esa atmósfera artística, podría decirse que el proyecto cumplía con esos nuevos criterios. Esto no significaba que, después, le siguieran otras películas.

Ni siquiera la menos artística de sus películas podía haber supuesto lo mismo para Warhol en 1968 que en 1965, cuando se declaró por primera vez cineasta a tiempo completo. No era culpa de las obras: la idea de que fuera cineasta era, simplemente, una propuesta menos emocionante en 1968 que cuando causó sensación al cambiar el prestigio de la pintura por el cine como el nuevo medio radical.

Después del atentado, ¿se había asentado demasiado en la producción de películas para estar cómodo en ello? «Productor de cine *underground* lucha por su vida tras ser herido» es el titular que publicó el 4 de julio un periódico de McKeesport, Pennsylvania —supuesta ciudad natal de Warhol—, y en el *New York Daily News* aparecía una foto del artista con la descripción «el cineasta Andy Warhol», sin mención al resto de las otras formas de arte a las que valientemente había renunciado. La primavera siguiente, un artículo sobre las nuevas películas de vanguardia de John Chamberlain, autor de esculturas de coches aplastados, decía que su nacimiento como cineasta le debía todo a las estrategias cinematográficas de Warhol, «que hoy se han convertido en convenciones». Nuestro artista, el innovador acérrimo, sin duda no pudo contentarse con el título de autor de la última variedad de arte «convencional».

«No puedo imaginar que ningún crítico serio vaya a prestar más de, digamos, diez minutos de consideración a las películas de Andy Warhol —escribió un destacado crítico el año posterior a la muerte del artista—. Warhol fue solo una moda, una fase de nuestro proceso de autocorrupción. Como los Beatles, se ha vuelto casi respetable». Ese estatus de «respetable» se le hizo saber, aún de manera más brutal, durante su primer mes de apariciones públicas tras la recuperación. El 7 de octubre de 1968, Warner Brothers estrenó en Nueva York *Te quiero, Alice B. Toklas*, una de las primeras películas cuyo tema es la marihuana. Warhol acudió a la fiesta del estreno, donde pintó una de sus mariposas al estilo de los años cincuenta en el muslo de la protagonista. Peter Sellers, el cómico británico, interpreta a un abogado estadounidense que abandona su cuadriculada vida por una «maravillosa» existencia hippie con una *happy flower*. En una escena en la que aparece vestido con una camisa de cachemira y medias negras y fumando una pipa de hachís, habla con su bella y joven conquista sobre la última película de Warhol. Ese trabajo ficticio, soñado por los guionistas de *Toklas*, es una película de seis horas llamada *Mondo Teeth*:

NOVIA: Es la mejor película que ha hecho.
SELLERS: ¿Quién sale?
NOVIA: Nadie. Solo dientes.
SELLERS: ¿Solo dientes? ¿Los dientes de quién?
NOVIA: Ya sabes, dientes. Dientes de animales, dientes de insectos, dentaduras postizas. Solo planos de dientes.
SELLERS: Oooh. ¡Qué idea tan fantástica! Qué concepción tan increíble. Dientes, dientes y aún más dientes. ¡Guau, dientes! ¿Es en blanco y negro, o en color, o qué?
NOVIA: Eso es lo más guay que tiene, Harold. Creo que es lo que quieras ver en ella. Creo que es un genio, Harold.
SELLERS: Sí, es un genio.
NOVIA: Y, ¿sabes?, dice Herbie que hay una secuencia en la que dividen la pantalla como treinta y dos veces.
SELLERS: ¡Una por cada diente!

«Mis películas están vacías, vacías, vacías. Son demasiado bonitas, demasiado planeadas», había dicho Warhol a principios de año, en un momento de dudas y autocrítica. Verse caricaturizado tan fácilmente en una parodia de Hollywood solo pudo contribuir a confirmarle dichas dudas. *Blue Movie* llevó sus cinco años como creador de películas a un (nada) glorioso final.

«Andy tiene siempre muy buena intuición para marcharse cuando sabe que las cosas no van en la dirección correcta», había escrito Gerard Malanga en su diario en el verano de 1966. Se refería al talento de Warhol para abandonar la fiesta en el momento justo, pero su observación también puede aplicarse a la carrera de este como artista. La cuestión es que, normalmente, marcharse implica que quizá tienes otro lugar a donde ir, pero no está muy claro que, después de su última película, Warhol tuviera su próxima parada muy clara.

«Me pregunto si sientes la obligación de dejar las cosas cuando empiezan a hacerlas todo quisqui —le preguntaba un fan en una carta que le envió al hospital—. Es decir, ¿el cine es de verdad lo tuyo, independientemente de lo que hagan los demás, o el hecho de que ahora todos los heterosexuales estén haciendo películas te saca de ello? Bueno, puedes estar seguro de que, hagas lo que hagas, cine o no cine, se va a poner de moda». Es posible que el propio Warhol no estuviera tan seguro.

En su primer día en casa, después de salir del hospital, la revista *Newsweek* publicó un reportaje largo que declaraba que el pop art había sido reemplazado por el arte conceptual: «Los artistas jóvenes, igual que los “prodigios” de las matemáticas y el ajedrez, están cada vez más cerca de la idea pura». Como lo expuso un joven crítico: «Una profunda desmaterialización del arte puede llevarnos a que el objeto se vuelva del todo obsoleto». Warhol, un veterano significativamente

excluido de ese artículo, parece haber tenido el impulso momentáneo de ayudar a los jóvenes en su misión desmaterializadora: «Da la sensación de que ya se han hecho todos los objetos destinados a estar en una pared —dijo en el otoño de 1968—. Me gusta más ver las paredes vacías que poner cosas en ellas».

No pudo haberle sorprendido mucho el hecho de que las ideas que residen detrás de las obras de arte podían tener más importancia que sus objetos: conocía desde hacía más de dos décadas el pensamiento de Marcel Duchamp sobre el arte «no retiniano», y su propia obra pop se había leído al principio como algo completamente cerebral, no visual. Durante los últimos días de la década de 1960, Warhol garabateó unas cuantas páginas de notas bajo el título «Arte conceptual», en las que incluyó observaciones escolares como «énfasis en la mente en vez de en el ojo o en la mano» y «simplicidad: usar la menor cantidad de medios para plasmar la idea». Por esa época, Fred Hughes observó que nuestro artista estaba empezando a entusiasmarse especialmente con «las ideas más que con el arte […] con nuevos conceptos en vez de con el objeto físico».

Warhol recibió invitaciones (que guardó) para asistir a las pioneras exposiciones de arte conceptual organizadas por la marchante de Los Ángeles Eugenia Butler, y es probable que viera la famosa presentación del queso podrido de Dieter Roth durante un viaje a California en mayo de 1969. Unos meses antes, su estatus en los círculos teóricos del arte había sido lo bastante alto para que la joven celebridad Joseph Kosuth, a quien el artículo de *Newsweek* sobre arte conceptual dedicaba una página completa, incluyera la frase de los «quince minutos de fama» de Warhol en las obras que estaba exponiendo en la galería de Butler, bastante antes de que la cita se hubiera hecho viral. El año anterior, nuestro artista le había pedido un autógrafo a Kosuth después de ver algunas de las primeras exposiciones conceptuales que este había montado; a principios de los setenta, ambos se encontraron como compañeros en la galería de Leo Castelli e hicieron un intercambio: Warhol haría un retrato de Kosuth a cambio de una de sus obras sobre palabras. No mucho después, aquel se declaraba admirador de los artistas conceptuales «amantes del peligro» Vito Acconci (célebre por masturbarse ruidosamente en una galería de arte) y Chris Burden (por dejarse disparar y crucificar).

De hecho, Warhol estaba tan estrechamente vinculado con el conceptualismo que fue invitado a participar en un proyecto sin objetos llamado «Instrucciones», para el que Kosuth y sus compañeros enviarían unas instrucciones que el coleccionista debía seguir para «crear una nueva situación».

El 4 de julio de 1976, un periódico publicó un artículo por el bicentenario titulado «Cómo vamos a vivir», donde Warhol predijo

que el arte material desaparecería por completo en poco tiempo y sería reemplazado tan solo por argumentaciones del todo efímeras sobre él. Hubo un crítico que calificó la obra que este llevaba haciendo desde el día que le dispararon como esencialmente «póstuma»: consistía en una serie de declaraciones sobre la naturaleza del arte que se realizaban después de que el artista hubiera renunciado al arte en sí. O tal vez lo hubiera matado, incluso antes de que Solanas hiciera (por poco) lo mismo con él. Es sorprendente el número de veces que Warhol, creador de una de las obras más importantes de la historia del arte, se opuso a los objetos artísticos de todo tipo. Cuando un posible cliente llamó al estudio de Union Square para comprar un cuadro, le dijo: «Oh, nos hemos quedado sin obras» y colgó. A veces insinuaba que, en realidad, nunca había pensado en sus objetos como más que utilería en una única pieza conceptual todavía en desarrollo. De hecho, Leo Castelli culpó una vez al pop art de Warhol de haber dado inicio al nuevo conceptualismo que «no nos quitamos de encima», tal como el marchante lo expresó a principios de los setenta.

Warhol amagó otros proyectos propios que no dejaron rastro material. Se dice que pidió a Jasper Johns, uno de los últimos grandes creadores de objetos de la cultura estadounidense, que se dejara masturbar como *performance* artística, algo a lo que no es muy probable el tímido sureño hubiera accedido. En la obra de Johns aparecían penes, pero eran tan remilgados como los de Miguel Ángel o Rodin. (Sin embargo, no tuvo problema en contribuir con el suyo propio a los dibujos de penes de Brigid Berlin).

Warhol también dejó caer la idea de alquilar a sus superestrellas como obras de exposición, con una tarifa de cinco mil dólares. De hecho, sí llevó a cabo una «pieza» que consistía, simplemente, en aspirar un espacio expositivo y, después, mostrar la aspiradora y la bolsa llena del polvo recogido, haciéndose eco de los importantes proyectos del «Arte de mantenimiento» de la pionera feminista Mierle Laderman Ukeles. (Para que nadie piense que Warhol no se implicó a fondo en tales proyectos, en las entradas inéditas del diario lo vemos recorriendo todo Nueva York en busca de la aspiradora perfecta, gastándose unos absurdos ochenta y ocho dólares en la que eligió y, después, haciendo otros tres viajes de compras más hasta que encontró una aún mejor por el doble de dinero).

Nuestro artista se entusiasmó especialmente con la idea de hacer arte que solo pudiera contemplarse desde una gran distancia a través de binoculares o, aún más radical, colocar personas vivas en las ventanas como objetos de arte para que fueran vistas desde lejos. La menos material de las piezas de Warhol fue aquella escapada a París que financió a sus dos amigos críticos de arte, en la que tanto el viaje

como todo lo que en él sucedió cuentan como obra de Andy Warhol.

En una paradoja warholiana típica, su proyecto de arte conceptual más ambicioso e influyente fue también tremendamente material, aunque no conllevó la creación de una sola obra de arte. El proyecto se llamaba «Raid the Icebox» [«Asaltar la nevera»] y consistió en elegir cuatrocientos cuatro objetos de entre los fondos del museo de arte de la Rhode Island School of Design y llevarlos a otros cuantos museos como exposición (o quizá como obra de Warhol). Fuera del mundo del arte, «Raid the Icebox» es una de sus creaciones menos conocidas, y dentro de él, su influencia rivaliza con su «descubrimiento» de la serigrafía fotográfica, en 1962. En las cinco décadas que han transcurrido desde aquella exposición, todo museo que tenga una pizca de ambición ha extendido invitaciones a artistas para que creen muestras con el material que guardan en sus fondos, cuanto más raro y más warholiano, mejor.

Igual que hizo con sus *Latas de sopa*, con los cuadros de dólares, con los *Desastres* y con las *Flores* —y como casi todas las invenciones más importantes de Warhol—, sacó la idea, e incluso el nombre de «Raid the Icebox», de otra persona. En febrero de 1969, un director del museo de Rhode Island hizo una visita guiada a John de Menil, mecenas de nuestro artista, y lamentó la cantidad de sus cuarenta y cinco mil obras de arte que estaban condenadas a pasar sus días en el almacén. Sin duda, lo que el director estaba buscando era sacarle una gran ala nueva a De Menil para aliviar la saturación. El visitante, en cambio, sugirió que invitaran a algún personaje prominente externo al museo para que seleccionara las gemas escondidas y organizara una exposición temporal. Si el seleccionador tuviera el suficiente renombre, dijo De Menil, impulsaría a los visitantes a mirar más de cerca las piezas que hubiese elegido de entre las obras olvidadas. Nadie con más renombre que Warhol, al menos en la mente del mecenas, quien encargó a su artista favorito la selección. Pero si hubo alguien que imaginara que Warhol se iba a limitar a rebuscar entre los fondos tesoros olvidados, según el concepto tradicional de «tesoro», es que no sabía con quién estaba tratando.

A la primera de sus seis largas visitas al museo, Warhol llegó con unos pantalones de ante marrón, una de sus nuevas chaquetas de cuero hechas a medida y un zapato al que había hecho un agujero para aliviar el dolor de un uñero. Quizá de mal humor por causa del dolor, hizo saber inmediatamente que odiaba el «arte antiguo», en especial la pintura, y que, en realidad, preferiría que otra persona hiciera la selección por él, renunciando al control artístico, tal como le había enseñado su héroe John Cage.

Sin embargo, cedió a la voluntad de su mecenas, e «indicaba con un leve asentimiento o murmullo, o un parpadeo apenas perceptible, los cuadros que debían elegirse y los que debían ignorarse», según uno de los presentes. Warhol dijo que habría preferido que los cuadros seleccionados se expusieran en filas de estantes de almacén abarrotados y, así, la mayoría ni siquiera se verían, pero tuvo que conformarse con poner un montón de ellos de cualquier manera contra la pared de la exposición, apoyados sobre sacos de arena, exactamente igual que se los había encontrado almacenados.

Los hallazgos que más interés puso Warhol en exponer eran más oscuros que cualquier cuadro. Su primera elección, nada más bajar al almacén de los fondos, fue —como Cage hubiera deseado— lo primero que vio: varios armarios llenos de zapatos antiguos procedentes de Francia, Inglaterra, Estados Unidos e incluso China. Su deseo fue que se expusieran en los mismos armarios forrados de papel floral donde los guardaban en el mohoso sótano del museo de la Escuela de Diseño de Rhode Island. «¿Y qué pasa con las puertas del armario?», preguntó alguien. ¿Se iba a permitir de verdad a los visitantes que estuvieran abriéndolas y cerrándolas? «Participación del espectador», respondió Warhol, invocando uno de los últimos conceptos de moda en la vanguardia.

Muy probablemente, Warhol, que durante mucho tiempo fue el dibujante de zapatos de referencia en Nueva York, tuviera un interés genuino en aquel calzado. Sin duda también es el caso de los montones de tejidos y cestas de nativos americanos que seleccionó. Admitió que había comenzado a coleccionarlos el año anterior. Algunas de las obras plásticas que eligió también se corresponden muy obviamente con su propio gusto: un dibujo de Daumier como los que había imitado en la universidad; una de las pinturas de falso arte primitivo de Florine Stettheimer, cuyas obras habían sido el origen de su amistad con Henry Geldzahler; y hasta un bonito y pequeño Cézanne que Warhol esperaba que fuera falso. «Si es real, no lo elegimos», dijo, antes de que Dominique de Menil, una esteta más anticuada, lo convenciera de que había que exponer el Cézanne a pesar de que fuera auténtico.

Nuestro artista llegó a exclamar, ante una pintura académica que mostraba a una docena de bañistas masculinos de buen ver: «Oh, este me gusta». Una comisaria de arte júnior del museo ha contado que no le sorprendió comprobar que a Warhol «le gustaran las cosas raras tanto como la escultura griega», pero la verdad es que, para «Raid the Icebox», evitó por lo general la selección muy obviamente *camp* e irónica que la gente esperaba de él. El director se llevó una sorpresa cuando Warhol pasó por alto las figuritas de porcelana y las cajas de rapé victorianas que guardaba el museo.

En vez de ayudarlos a mostrar a los visitantes la calidad de sus fondos, según era la idea inicial de De Menil, Warhol se propuso socavar las nociones de buen gusto y contemplación experta que los museos representan normalmente.

El director del museo contó que hubo «momentos exasperantes en los que tuvimos la sensación de que Andy Warhol quería exhibir "el almacén" y no las obras de arte, que una serie de etiquetas podría significar para él tanto como los cuadros que identifican». Estaba en lo cierto. El barullo mismo de objetos que sacó para la muestra era garantía de que ninguno de ellos estaría expuesto más visiblemente que otro, aunque no estuvieran debajo de una pila o detrás de otra pieza.

A lo largo de los años, se lamentaba el director, el personal del museo había permitido que los fondos se convirtieran en «el ático de la abuela, o peor aún, en una chatarrería», y esa era sin duda la condición que Warhol deseaba evocar en su ejercicio de contracomisariado. Cuando pidió el armario de zapatos, la comisaria de indumentaria le reprendió: «Entero mejor no, porque hay algunas duplicaciones». Él le echó una miradita y lo expuso entero. Insistió en que «Raid the Icebox» debería incluir las quince sillas Windsor casi idénticas del museo, que solo habían sido adquiridas para aprovecharlas por piezas, como repuesto.

En un momento dado, Warhol señaló a través de la ventana un ginkgo que había en el jardín de esculturas del museo. «Quiero ese árbol», dijo. El director del museo se volvió hacia su asistente: «Anote: árbol a la derecha del busto de Ingres».

«Aquello que es hermoso para el artista se vuelve hermoso», así fue como Dominique de Menil justificó su apoyo a los hallazgos de Warhol en el sótano. Pero lo que él estaba afirmando también es que lo que es feo para el artista también podría volverse hermoso, al menos una vez tuviera detrás la autoridad del museo. En lugar de ocupar los expositores de la galería con un tesoro recién revelado, él propuso seleccionar un objeto realmente malo y darle el mismo tratamiento de obra maestra. ¿Qué mejor manera de subrayar lo caprichoso del juicio de valor del mundo del arte? El director del museo de la Escuela de Diseño de Rhode Island reconoció que, en los duchampianos años sesenta, «la actitud con la que uno contempla un objeto es suficiente para definirlo como arte o no». El proyecto de Warhol parece afirmar, aún con más audacia, que esa misma clase de arbitrariedad era lo que siempre había otorgado su poder a los museos, mucho antes de que llegaran los años sesenta. En lugar de concebirse como una demostración de mérito estético, decía una reseña de la exposición final seleccionada por Warhol, lo que esta demostraba es «que tal mérito es una invención de críticos y comisarios».

La propuesta de antiestética de nuestro artista se mantuvo incluso una vez que «Raid the Icebox» quedó inaugurada por primera vez, en octubre de 1969, en la galería de arte de la Universidad Rice, en Houston, que también financiaban los De Menil. Warhol llegó al evento tarde y del brazo de Jane Forth, su nueva superestrella de dieciséis años. Una vez allí, permaneció de pie sosteniendo la grabadora mientras ella plantaba el micrófono delante de los invitados y les hacía juveniles preguntas como «¿Follas bien?». En recuerdo de uno de los asistentes locales: «Se quedaron como quince minutos, todo el rato en ese modo, Warhol no pronunció ni una sola palabra, luego se marcharon».

Parece haber estado de un humor menos cáustico durante la inauguración de la exposición en el Museo de Arte de Nueva Orleans el enero siguiente. Su joven comisario, que pasó un par de días fabulosos enseñando la ciudad al equipo de Warhol, por lo visto supo canalizar el tipo de transgresión lúdica que encerraba «Raid the Icebox». Expuso los cuadros tal como quería el artista, sobre estantes de almacenaje de malla metálica dispuestos en hileras tan pegadas unas a otras que apenas podían verse las obras que guardaban. La noche de la inauguración no se permitió la entrada a los invitados hasta las diez, y después solo pudieron acceder a las galerías de exposiciones pasando por las salas de almacén de los sótanos del museo. Cuando llegaban al gran patio neoclásico, lo encontraban engalanado de esplendor pop, con una Wurlitzer para poner discos y una bola de discoteca. Desde las calles del barrio francés se habían llevado carritos de perritos calientes con forma de perrito caliente. Aquella impresionante celebración pop, aunque algo anticuada, se granjeó la aprobación de un periódico local como «una deliciosa combinación entre un baile de Mardi Gras y un *happening* hippie […]. Había togas, había esmóquines, minifaldas cortísimas y vestidos largos de noche, chaquetas de ante y trajes eduardianos, sombreros de copa y sombreros de fieltro de la década de 1930, pelo largo, pelo corto, tacones altos, pies descalzos». «Dios mío, es el sistema mezclándose con los antisistema», exclamó un invitado. Pero, en realidad, recién pasada la década de los sesenta, aquella distinción significaba cada vez menos.

Todo lo que faltó en aquella fiesta, durante la mayor parte de la noche, fue un artista llamado Andy Warhol. Después de cumplir con su deber estrechando manos durante aproximadamente media hora, se retiró a su habitación de hotel y a las películas antiguas de su televisión.

Hay un cuaderno asombroso de en torno a 1970 en el que Warhol

anotó una idea de obra distinta en cada página: «El mismo guion de una historia hecho por dos actrices diferentes», dice una; «*Portfolio*: 1-50 eyaculaciones/fotos de corridas», dice otro. Muchas otras de las ideas de ese cuaderno son, lamentablemente, solo variaciones de algunas que ya había probado.

Algunos de los inusuales proyectos que Warhol llevó más allá de su fase de ideación son como esperar un milagro. Por ejemplo, cuando pidió un presupuesto para fabricar «una unidad para su empleo en la demostración de una silla flotante que consista en pasar un anillo de metal sólido alrededor de esta, evidenciando que no está sujeta por nada», o cuando quiso diseñar un cubo de basura robótico controlado mediante palmadas, o cuando empezó las gestiones para que le enviaran algunas exóticas cabinas telefónicas suecas a Nueva York. (Parece que la hospitalización interrumpió todo progreso en ese frente).

El reciente interés del mundo del arte por la tecnología y el medioambiente abrió una nueva dirección en la obra de Warhol posterior al atentado: en el seno de un programa de arte y tecnología del Museo de Arte del Condado de Los Ángeles, ideó unos artilugios para imitar el viento, la lluvia y la nieve. Tras un sinfín de pruebas y errores —sobre todo errores—, una versión bastante ridícula de la máquina de lluvia terminó en la Exposición Universal de Tokio de 1970. Duchamp ya había construido la suya propia en 1947, así que Warhol estaba haciendo, de nuevo, alarde de su capacidad de embeberse de ideas. También resuenan ecos duchampianos en un peto y un braguero de acero inoxidable que nuestro artista hizo vestir a Malanga en un desfile de moda.

Pero parece que lo que Warhol consideró la mejor apuesta para imprimir a su obra una nueva dirección fue emplear las nuevas tecnologías de la época para realizar un registro completo de la realidad que lo rodeaba, como una especie de naturaleza muerta y autorretrato multimedia que lo abarcase todo. Esto es algo que había empezado a hacer antes, pero a lo que desde finales de 1968 le puso mucho más empeño. Siguió haciéndolo el resto de su vida.

Un reportaje que le hizo *Vogue* ponía atención en el magnetófono de Warhol como su «último dispositivo de protección […] que apunta a cualquiera que se acerque, convirtiendo la situación en una obra de teatro». Era la misma máquina que había conectado a su teléfono del hospital y, después, al de casa, para grabar sus largas llamadas para cotillear. «Podía provocar por teléfono cualquier ataque de histeria que se me ocurriera solo para conseguir una buena cinta —contaba Warhol, hablando de los meses posteriores a sus heridas—. Como apenas salía y estaba bastante tiempo en casa, mañana y noche, me pasé mucho tiempo al teléfono, cotilleando y liando enredos,

sacándole ideas a la gente, tratando de enterarme de qué estaba pasando…, y grabándolo todo». Explicaba que, una vez en el estudio, con su creación artística en una especie de limbo, el proceso de grabación le tranquilizaba: «Cuando aparecían por allí amigos, o amigos de amigos, con pinta inofensiva, salía y los grababa y les hacía fotos, y luego volvía a mi oficina y esperaba a que apareciera otra persona».

A partir de 1970, se pasó a los casetes grabados con el nuevo Action-Corder TC-40 de Sony —«para los profesionales en movimiento […] tan pequeño como una cámara instantánea e igual de fácil de usar»—, que presentaba a sus víctimas como «mi esposa, Sony». Terminó grabando unos tres mil quinientos casetes. Hasta a la habitación del hospital donde murió, en 1987, llevó la última encarnación de una grabadora Sony, un walkman.

Warhol tenía una habilidad innata y asombrosa para detectar los detalles cautivadores de las cosas cotidianas. Una noche de finales de los sesenta, estaba en una concurrida fiesta en la que el ruido de la conversación competía con el tintineo de un pianista de cóctel, y la escena puso en marcha de repente las antenas del artista: «No me había dado cuenta antes, pero el sonido de una fiesta es algo maravilloso». En otra ocasión, Warhol contemplaba desde la ventana del estudio a los neoyorquinos que salían de la parada de metro que había debajo, diciendo: «Míralos, son como hormigas. Ay, ¿no es extraño? Es como si fueran sobre ruedas. Mira ese, está desincronizado. Nadie más está desincronizado». Esos eran la clase de momentos que quería captar cuando se dispuso a dejar constancia de todo lo que sucedía a su alrededor.

«Sony» se instaló en una bolsa de la compra que acompañaba perennemente a Warhol; a su lado iba su hermana pequeña, una Polaroid siempre lista para la acción. Igual que la grabadora, la cámara permitía a nuestro artista registrar la simple presencia de casi cualquier persona a la que encontrara; a principios de la década de 1970 ya era tan característica de él en cualquier evento como su peluca plateada. En Union Square, también comenzó a usarla para registrar a sus visitantes y para dejarlos perplejos: «Estoy haciendo Polaroids de todos mis amigos, las chicas con los pechos fuera y los chicos con los genitales fuera. ¿Te importaría?», le dijo Warhol a un comisario de arte que fue a visitarlo desde Inglaterra. «No, claro que no. ¿Para qué las vas a usar?», le respondió. «Oh, aún no lo sé. Solo estoy haciendo las fotos». Parece una repetición de aquella vez que se dedicó a dibujar penes durante la década de 1950, pero sin el aura artística del dibujo del natural. La pura banalidad de su mirada, y la incesante repetición, convertía el tema más tabú en algo de lo más cotidiano: una Polaroid de un pene era exactamente igual que la

grabación de una llamada sobre ir de compras. Dados los conflictivos sentimientos de Warhol con respecto al sexo (aunque no con respecto a las compras), quizá esto le proporcionaba algún tipo de consuelo.

Destinado a un mayor consumo público y unos seis meses después de volver al estudio, Warhol empezó a trabajar en *Nothing Special*, un especial de televisión de seis horas (de ahí el título) por encargo de la NBC en el que simplemente grababa todo lo que pasara por delante de una de las nuevas cámaras de vídeo portátiles que se estaban poniendo de moda. «En Nueva York, los apartamentos tienen un quinto canal que te permite ver a cualquiera que entre por la puerta principal. Mi programa será así: gente pasando por delante de la cámara —dijo Warhol—. Nos limitábamos a sentarnos allí y esperábamos a que pasara algo, y no pasaba nada».

Morrissey decía que la caja tonta, más que las salas de cine, era el hogar natural del tipo concreto de documentación que hacía Warhol. «Sería mucho mejor que esa clase de cosas estén en tu casa, en la televisión —dijo—, donde no tienes que verlas si no quieres». Hasta nuestro artista se había percatado de que navegar por los canales de televisión «directamente» sin interrupciones se parecía mucho a lo que hacían *The Chelsea Girls* o *Four Stars*, «una sola cosa enorme». Tal como le dijo al autor de uno de los primeros artículos que hablaba de este medio como arte, «mis películas ya trabajaban por la televisión. Es el nuevo todo. Se acabaron los libros y el cine, solo la televisión».

Teniendo en cuenta todo lo anterior, a principios de 1969 un periodista le preguntaba por qué *Nothing Special* no había llegado a producirse: «Querían que lo hiciéramos por nada», dijo Warhol. Aún en 1981, cuando finalmente logró irrumpir en la televisión, tras más de una década de intentos, seguía hablando de revivir aquel proyecto. Mientras tanto, a falta de un patrocinador con dinero, convirtió la premisa de *Nothing Special* en otro de sus proyectos artísticos personales. Contrató manos diversas para dejar grabado todo lo que sucedía durante el estudio en cintas de vídeo interminables, y produjo así otra «pieza» serial más, que hoy se conoce como *Factory Diaries*. «Andy era un acumulador, y eso era otra cosa más que acumular —declaró Michael Netter, un camarógrafo (uno de los primeros) al que Warhol contrató para grabar muchas de las primeras cintas—. No había ninguna distribución planeada. Era la crónica de un diario. Aparece David Bowie y se graba». O aparece la estríper Geri Miller, y se graba. O las «chicas» de la revista *Town and Country*.

Cuando, a fines de 1971, le tocó contribuir con una obra a una exposición sobre el agua organizada por Yoko Ono, Warhol pensó en mostrar su máquina de lluvia, que era la opción obvia, pero después decidió no hacerlo. Realizó, en vez de ello, una inteligente variación de sus *Factory Diaries* en la que, simplemente apuntó la cámara en

primer plano a la fuente de agua que había en el estudio y dejó que el micrófono grabara todos los chismes y las charlas del personal y los visitantes reunidos a su alrededor, fuera de cámara. (Ono pensó que esto no era lo bastante «acuático» y quiso exponer una copia de la cinta sumergida en agua. Con buen tino, Warhol rechazó la idea).

Lo extraño en esta entusiasta labor de transcripción de lo pasajero de la vida emprendida por Warhol es que la asumió justo en el momento en el que público y crítica le estaban enviando señales clarísimas de que, tal vez, no debería hacerlo. Su primer experimento de importancia en el arte de la grabación había sido *a*, la «novela» que transcribía un día en la vida de Ondine. Tras más de tres años de gestación —la maquetación definitiva fue uno de los últimos proyectos en los que trabajó Billy Name antes de desaparecer—, Grove Press lo publicó finalmente en diciembre de 1968.

Un trozo típico de su primera página, ya publicada, decía:

> Eres tonto. ¿Hay alguna gasolinera en el camino por el que tenemos que *(claxon, claxon)*, como, eeh, yo, qué… *(ruido)*? Si pasamos, si atravesamos por el parque, ¿hay ALGÚN lugar en el que podamos seguir llamando a tu, digo, justo a través de la, eeh, llamada telefónica. ¿Hay algún lugar donde podamos seguir llamándolo si… Servicio de contestador… ¿Estás *(cláxones, volumen altísimo)*? ¿Hay sitios diFERentes? ¿Hay diferentes lugares a los que podamos llamarte y si tu resp… Oh. ¿Quieres tarta? Nah. ¿Un poco de zumo o algo? Sé dónde hay. *Apresuradamente.* Oh, sí, vamos a por él. Fantástico, cariño. Sí. Bien. Oh, no puedes fingir que no estás aquí. Oh, está bien, está bien. Estás, eeh, a ver… Ay, vale. Estás, eeh, estás eeh, aquí, sí. Vale. Estás aquí. Vale. Definitivamente estás aquí. Eeh *(ruido)*. Oye, ¿qué hora es? ¿Sabes que son exACTamente…, son las dos en punto?

En la revista *Time* se publicó una clásica reseña con el título de ZZZZZZZZ. (Decisión cargada accidentalmente de ironía, pues, cuatro años antes, se había escrito un «soneto» vanguardista en homenaje a Warhol que consistía en catorce largas líneas de esas mismas zetas). *The New York Review of Books*, en aquel momento nueva voz de la izquierda intelectual, se puso como una furia, y llegó a describir la obra como «la sentencia de muerte de la literatura estadounidense» y a sus protagonistas como «*Untermenschen* [subhumanos] […] aislados del pasado, del placer y del dolor, del humanismo y de la tradición heroica». Ambas reacciones dan derecho en el clavo, pero, en retrospectiva, parece que deberían haber sido expresadas como un elogio más que como una crítica. Una de las notables contribuciones de Warhol al arte radical fue su total abandono del humanismo, la heroicidad y lo obviamente fascinante para sumergirse en las profundidades del mundo de lo banal y lo soporífero, y él lo sabía. «No creo que el argumento sea importante —dijo en 1969, en una

conversación larga y seria como ninguna sobre su filmografía—. Si ves una película que va de dos personas hablando, puedes verla una y otra vez sin aburrirte. Te implicas, te pierdes cosas, vuelves a verla, ves cosas nuevas. Pero no puedes volver a ver una película que tiene un argumento porque ya te sabes el final […]. Ese es mi tema favorito en la realización de películas: tan solo observar cómo algo sucede».

Este «tema» singularmente warholiano ya había sido reconocido el año anterior por el teórico francés Gilles Deleuze, que creía que las banalidades de Warhol ayudaban a presentar las cosas «tal como son», liberadas de los tiránicos esquemas de ordenamiento del lenguaje y la cultura. Warhol estaba decidido a insistir en ese tema, aun después de que los críticos destrozaran su novela y esta acabara en la papelera. A menudo lo acusaron de ser complaciente con el gusto del público, pero fue, de hecho, la gran figura a la contra de la cultura estadounidense.

En las últimas semanas de la Silver Factory, un nuevo fan adolescente y amigo de Warhol llamado Jonathan Richman —que más tarde sería uno de los pioneros de la música *new wave*— le envió un dibujo con la inscripción «la vanguardia lleva muerta desde la década de 1920». Con ello se estaba haciendo eco de una visión que algunos de sus mayores también empezaban a expresar. Clement Greenberg, emperador de todos los críticos de la posguerra, se lamentó de que «el gran público del arte quiere hoy, y sabe que lo quiere, arte contemporáneo que parezca arte de vanguardia […]. Da la impresión de que la vanguardia se ha demostrado, finalmente, tan incapaz de protegerse de la intrusión de la clase media como cualquier otro departamento de la cultura de nuestra sociedad». El hecho mismo de que esas palabras pudieran publicarse en *Vogue*, con el título de «¿Dónde está la vanguardia?», era ya la prueba de que tenía razón.

El propio Warhol era consciente de que las ideas de la contracultura se habían diluido a partir de su contacto con la corriente principal. La fiesta pseudo*underground* de *Cowboy de medianoche* fue una prueba inmediata de ello. A finales de la década de 1960, la nueva popularidad de cualquier expresión cultural que se saliera de lo trillado suponía «un infierno para las personas que intentan mantenerse a la vanguardia, como Andy Warhol», decía un artículo de portada de *Esquire* que se tituló «El declive final y el colapso total de la vanguardia estadounidense». Aunque este trataba casi en exclusiva del teatro más avanzado, su famosa portada era un fotomontaje del propio Warhol hundiéndose en la sopa de tomate de una lata gigante, como si él hubiera llegado a representar todo lo más puntero de cualquier disciplina. Le encantó recibir la convocatoria para la sesión

fotos de la portada, no solo porque toda publicidad era buena, sino quizá también porque, al convertirse en el símbolo de la ruina de la vanguardia, no le quedaba más remedio que dejarla atrás. A lo largo de toda su carrera, la que nunca abandonó fue la idea de innovación radical con la que se había formado en el Tech. Pero poco a poco se dio cuenta de que ya no podía contar con los indicadores evidentes de la vanguardia de finales de los sesenta, que eran los medios extraños, los conceptos antimateriales o las nuevas tecnologías.

Y resultó que el mejor camino para seguir adelante era ir hacia abajo.

En vez de hacer comentarios sobre la cultura popular desde las alturas, como había hecho el pop art, o desde sus márgenes contraculturales con *The Chelsea Girls*, Warhol empezó a sumergirse de pleno en la cultura dominante, en calidad de su vanguardista favorito. Es como si Marcel Duchamp hubiera decidido darle una nueva vida al urinario que había concebido como obra artística instalando copias del mismo en los baños de toda la ciudad para que los usara el ciudadano medio. Con ello podría parecer, más que nunca, un fontanero, pero quienes estuvieran en el ajo lo verían como su movimiento más atrevido hasta la fecha.

De hecho, en los meses antes de que le dispararan, Warhol y Duchamp habían estado ideando realizar un retrato filmado de veinticuatro horas del francés, pero este falleció un mes después de que nuestro artista regresara al trabajo. Su muerte acabó con el proyecto cinematográfico, pero quizá ayudó a Warhol a ir más allá del ejemplo de Duchamp o a llevar su trabajo hasta su conclusión lógica. Mientras que el urinario del francés tenía que ver con la transformación de lo banal en arte, aunque solo fuera por la palabra del artista, la actualización de Warhol tenía que ver con eliminar del todo la transformación para que la banalidad en sí misma, ejerciendo su banalidad, pudiera ser considerada arte elevado.

Según decía nuestro artista de su obra de la década de 1960, había querido hacer «mal» arte «porque cuando haces algo totalmente mal, siempre encuentras algo», que era más o menos el modelo estándar de la vanguardia del siglo XX. A principios de los años setenta, Warhol había dejado atrás su búsqueda de lo epatantemente «malo» en favor de una obra normal, vendible y lo bastante buena, para ver qué podía «encontrar».

«Creo que debería señalarse —dijo Billy Name en una de sus últimas apariciones públicas junto a Warhol— que Andy está más allá de la sofisticación». ¿Qué otra cosa podría ser más sofisticada?

Si el pop art hablaba del mercado de bienes de consumo estadounidenses, el nuevo «arte» de Warhol conllevaría, directamente, la inmersión en el marketing. En septiembre, en una de sus primeras

apariciones después de la recuperación, contó en un tabloide que iba a dedicarse a la promoción de cosméticos «para chicas con pensamientos hermosos».

En cuestión de semanas, Warhol, aún convaleciente, recibió un pago para rodar un anuncio de lujo para televisión que duraría sesenta segundos, de un nuevo helado llamado Underground, que pretendía aligerar la imagen de la cadena de restaurantes Schrafft's, uno de los favoritos de toda la vida de Warhol, con una característica clientela de respetables señoras. «A Andy le gustaban los sándwiches de pepino sin corteza», contaba un joven amigo que cenaba allí con él. Y esa era exactamente la imagen que Schrafft's esperaba dar. Así, la empresa contrató a una de las nuevas agencias de publicidad más de moda en Nueva York —dirigida por un originario de Pittsburgh que había estudiado en el Tech— y se propuso hacerse con el mercado juvenil. «No quiero desprestigiar a nadie, pero ahí es donde está la acción», dijo el presidente de la cadena. (El nuevo postre, sin embargo, no tenía nada más dinámico que el mismo helado de vainilla de siempre de Schrafft's servido con el clásico sirope de chocolate, nata montada y una cereza marrasquino).

Los anteriores intentos de Warhol de hacer publicidad para televisión, filmados en rollo de película, habían sido, en su mayoría, un fracaso que no atraía ni la atención ni el dinero. El anuncio de Schrafft's, uno de los primeros experimentos de Warhol en vídeo, le reportó una buena tarifa de siete mil dólares por solo un día de trabajo, llegó a emitirse y causó sensación. Un artículo de *Playboy* dijo de este que había sido «extensamente debatido», y a Warhol le importó lo suficiente para hacerse con diversos expositores (que conservó después) que Schrafft's diseñó en torno al anuncio para vender su producto en los propios restaurantes. Al cabo de unos pocos años, nuestro artista le dijo a *The New York Times*: «Bueno, estoy realmente enamorado de los anuncios televisivos. Creo que están entre las mejores cosas que hay en televisión y deberían durar mucho más de lo que lo hacen». Schrafft's quedó tan contento con su anuncio de vanguardia que publicó varios más publicitando el anuncio. O tal vez se estaban esforzando por convencer a los clientes reacios de que la extravagancia de Warhol era en realidad algo que atesorar. «Realmente no entendí que montaran tanto jaleo por él —dijo el artista—. Solo nos llevó media hora».

Warhol se había presentado en el estudio de televisión con su uniforme *underground* de chaqueta de cuero y gafas. El recuerdo que la estrella de *Flesh*, Joe Dallesandro, guarda de ese día es que su jefe se puso a trabajar con él y con Viva, ambos con el torso desnudo, y la nueva tecnología del estudio. «Tenía mucho interés en conseguir efectos especiales y hacer que todos los colores cambiaran. Era como

un espectáculo de luz eléctrica psicodélica —contaba Dallessandro—. Le dieron a Andy un estudio de televisión para que hiciera lo que quisiera […]. El hijo de puta no tiene absolutamente ningún talento. Ninguna idea original en la cabeza. Entonces, cuando llegamos y el tipo dice: "La cámara puede hacer estas cosas", Andy dice: "Oh, sí, me gusta. Haz eso. Haz eso"». Al final, no es de extrañar que los actores semidesnudos no entraran en la versión final del anuncio, que en cambio apareció como un experimento psicodélico con la naturaleza muerta «con todos los errores que puede cometer la televisión —le dijo Warhol a *Playboy*—. Está borroso, tiene sombras, está desenfocado». Debía recordar a una televisión en color mal sintonizada, aseguró el artista, en otro ejemplo suyo de apreciación por el cultivo cuidadoso del fracaso. El contacto de Warhol con la tecnología de la televisión comercial, e incluso con los «errores» que esta permitía, le hizo pensar que los experimentos de vídeo de vanguardia que se desarrollaban en el mundo del arte eran primitivos y «cursis».

Un artículo consideró que merecía la pena describir el anuncio con todos sus nada apetitosos detalles: «La pantalla se llena de una mancha magenta, y el espectador descubre de pronto que es la cereza que corona un helado cubierto de chocolate. Titilando primero en morado y flameando luego en verde amarillento, el fondo y el helado pasan por los muchos colores del arcoíris. Se oyen ruidos del estudio. El helado vibra con las toses de fondo. "¿Andy Warhol para un SCHRAFFT 'S?", pregunta una voz de señora fuera de cámara. Responde un locutor: "Un pequeño cambio es bueno para todos"».

Según Dallesandro, «fue una mierda de lo más aburrida, pero le pagaron mucho dinero por hacerlo», otro de los tantos ejemplos en los que un seguidor de Warhol no consigue seguir lo que el maestro estaba haciendo y llega a despreciarlo en el proceso. El director de Schrafft's dio mucho más en la diana: «No tenemos solo un anuncio. Hemos adquirido una obra de arte». El anuncio incluso se ganó un lugar de honor en la revista *Art in America* —justo donde el pop de Warhol obtuvo su primera cobertura, en 1962— como imagen principal de un importante artículo sobre el potencial artístico de la televisión, entre una gran cantidad de otras obras que eran claramente no comerciales y estaban destinadas a un museo; que eran, sin lugar a dudas, «artísticas», por emplear uno de los insultos favoritos de Warhol.

Su anuncio de Schrafft's era una obra de arte cuya virtud radicaba menos en cómo fuera (aunque esas toses fuera de cámara son, de hecho, maravillosamente extrañas) que en cómo se desarrollaba y qué estaba vendiendo, o en el simple hecho de que estaba vendiendo algo. El anuncio fue considerado una de las «cincuenta películas de

televisión del año» y obtuvo el certificado de excelencia del Instituto Estadounidense de Artes Gráficas (de clara orientación comercial), que patrocinó el trabajo publicitario de Warhol en la década de 1950. En la primavera posterior a su aparición en televisión, la columna «Teevee» de la revista *New York* le prestaba una enorme atención al «galardonado» anuncio como «un malicioso cabaret de astucia comercial […] que lleva la tradición comercial de establecer el producto como objeto de deseo exótico hasta su extremo más hilarante».

«Hilarante» es aquí una palabra clave. Cuando Warhol se sumergió por primera vez en la cultura comercial popular, no fue porque siguiera un camino natural ni para él ni para su obra. Si tenía algún atractivo para los patrocinadores corporativos de aquella cultura, y para sus clientes, fue siempre como un extraño loco procedente de la vanguardia. Está claro que Schrafft's no estaba realmente interesada en las innovaciones que el artista aportó a su anuncio de televisión por sí mismas; a sus propietarios les interesaban como señal de que habían conseguido que Warhol, el artista radical, se uniera a su equipo. Si el nombre y el personaje de Warhol no hubiesen estado asociados a su campaña, y a su helado, el asunto no habría tenido sentido. Warhol solo podría formar parte del consumismo convencional como una suerte de mascota de la vanguardia, despojado de toda peligrosidad por el hecho mismo de estar dispuesto a participar en su cultura. «El nombre de Andy Warhol es tan conocido como Ringo, Ultra Brite o Raquel Welch», decía el reportaje de *Vogue* de 1970. Pero no está muy claro que encajara en los hogares estadounidenses con la misma facilidad que un Beatle, un detergente o una mujer explosiva. Ni que nadie quisiera que lo hiciera.

Casi al mismo tiempo que estaba vendiendo el helado de Schrafft's, la aerolínea Braniff consiguió que protagonizara, haciendo de sí mismo, un anuncio de televisión por primera vez. Aparece interpretando una versión de Andy Warhol como de dibujos animados, su cuerpo enfermo y flaco apenas ocupa el asiento de un avión junto al gigante boxeador de peso pesado Sonny Liston. Los creativos de la agencia de publicidad lo vistieron con una anticuada chaqueta de cuero negro y lo hicieron soltar una especie de charla artística sobre obras que no había tocado en años: «Las latas de sopa tienen una belleza inherente que Miguel Ángel jamás hubiera imaginado que existiera». La gracia del anuncio es que Liston, una figura genuina de la cultura popular dominante, se queda mirando al parlanchín y chiflado artista sin pronunciar una palabra, como si el abismo entre ellos fuera demasiado grande para salvarlo. La verdad sobre quién fuera en realidad Warhol, y mucho menos sobre su verdadero genio, le importaba tan poco a cualquiera de los implicados en el anuncio

(incluso, o especialmente, a él mismo) que cuando se dieron cuenta de que durante el rodaje había hablado demasiado bajo, la agencia de publicidad no tuvo problema en doblarlo con otra voz, quejumbrosa y tartamudeante pero, por lo demás, muy distinta de la suya.

El hecho de que los editores de *Sports Illustrated* se hicieran eco del anuncio da una idea de lo profundo que había calado ya Warhol en la cultura convencional, o, al menos, la imagen que la cultura convencional prefería tener de él.

No era la primera vez que el raro de Warhol hacía el papel de mascota. Da la sensación de que, en la década de 1950, su estilo *camp* y sus ilustraciones de hadas atrajeron a algunos directores de arte porque eran una pequeña parte de la cultura del «decorador» gay que sus revistas y su mundo social podían asimilar sin peligro. Warhol estaba encantado de ser el diablillo que estaban buscando si eso lo ayudaba a vender. Cuando la homosexualidad empezó a hacerse un sitio en la cultura televisiva, a principios de la década de 1970, fue con figuras como Charles Nelson Reilly que hacían las veces de un bufón igual de poco amenazador. Esto hace que sea difícil no detectar la existencia de un paralelismo entre los dos papeles de inadaptado que Warhol siempre tuvo que interpretar: como homosexual (más o menos) declarado y como artista de vanguardia. Hay algo enternecedor en verlo esforzarse por que ambos fueran aceptados por la corriente principal de la cultura, y en el hecho de que lo lograra únicamente eliminando cualquier amenaza que pudieran representar para ella. Aquí y allá, en sus diarios, en sus conversaciones privadas e incluso en algunas declaraciones públicas, se tiene la sensación de que a Warhol no le entusiasmaba en absoluto tener que hacerse siempre el tonto. Igual que algunos de los tontos clásicos de la literatura, también parecía saber que ese papel le otorgaba en realidad cierto poder sobre quienes no eran capaces de detectar que se trataba de una interpretación y, por tanto, un sentido de su propia superioridad con respecto de ellos.

«Para mí, el periodo más confuso de toda la década de los sesenta fueron los últimos dieciséis meses», dijo Warhol, supuestamente, contemplando esa época más de una década después. Pero aquellos meses, a pesar de toda la confusión, o quizá por ella, resultaron ser un hito en su carrera. En ellos el artista dejó atrás la vieja vanguardia contracultural y entró en una nueva vanguardia articulada en torno a su compleja interacción con la cultura popular. En el siglo XXI, sus herederos más importantes lo seguirían hasta allí.

Con un Oscar (prestado).

39
1969

VALERIE SOLANAS SALE | MÁS OPERACIONES | PORTADAS DE LOS ROLLING STONES | LOS PLANES EN HOLLYWOOD FRACASAN (DOS VECES) | «EL DESFILE MASCULINO DE GERARD MALANGA» | EL NACIMIENTO DE *INTERVIEW* | ARTE NEGOCIO, LO QUE VIENE DESPUÉS DEL ARTE | COMIDA CONGELADA EN ANDY-MAT

«Tenía cicatrices viejas y ahora algunas nuevas. Y no se sabe cuáles duelen más. Es muy extraño».

Paul Morrissey recordaba que el día antes de la Navidad de 1968 sonó el teléfono en el estudio de Union Square. Él contestó mientras Warhol lo observaba. Era Valerie Solanas.

SOLANAS: Hola. Escucha, Paul, tengo que hablar con Andy.
MORRISSEY: Bueno, pues no está aquí para hablar contigo. ¿Dónde estás? ¿Dónde estás, Valerie? ¿Sigues en la cárcel?
SOLANAS: No, he salido. Escucha, tengo que hablar con Andy. Necesito veinte mil dólares para mi defensa legal.
MORRISSEY: ¡¿En serio?!
SOLANAS: Escucha, está bien. Dile a Andy que no hay ningún problema. No tengo nada contra él, pero necesito el dinero para pagar a mis abogados. Pero no te preocupes, no espero que me lo dé como un regalo. Dejaré que se quede con el manuscrito original de mi *Manifiesto SCUM*.
MORRISSEY: A ver, no tenemos veinte mil dólares, y si los tuviéramos, no te los daríamos, y menos para esto. Y no queremos tu *Manifiesto SCUM*.
SOLANAS: Escucha, él puede ayudarme mucho. De verdad que necesito el dinero para pagar a los abogados, pero también quiero algo más de él. Quiero que me meta en los programas de Johnny Carson y Merv Griffin, porque él conoce a toda esa gente. ¡Él puede conseguirlo así de fácil! Y eso también me ayudará. Así podré pedir dinero en los programas.
MORRISSEY: ¡No podemos meter a nadie en el programa de Johnny Carson! ¡Deja de llamar!

La siguiente conversación de Morrissey fue con la policía, que le confirmó que, ciertamente, Solanas estaba libre y en las calles de Nueva York de nuevo. Alguien que la apoyaba había adelantado los diez mil dólares de la fianza. Años más tarde, el artista contó cuál fue su reacción: «Mi peor pesadilla se había hecho realidad: Valerie había salido».

En septiembre, recién recuperado de sus heridas, Warhol había

declarado ante varios periodistas que perdonaba a Solanas y que no iba a presentar cargos. Unos días después, desde el hospital estatal de Psiquiatría Penal de Matteawan, ella le devolvió el favor por escrito diciendo que también estaba dispuesta a perdonar y olvidar: «Estoy muy feliz de que estés vivo + bueno, a pesar de toda tu barbarie, sigues siendo la mejor persona con la que hacer películas, + , si me tratas de forma justa, me gustaría trabajar contigo». Semejante colaboración sin duda no era el primero en la lista de deseos de Warhol, pero Solanas no cedió. «Solo puedes llegar hasta un determinado punto con Viva, Bridget Polk + el resto de tus perritos falderos —le aconsejó en una de las muchas cartas que siguieron—. Habiendo trabajado y colaborado conmigo, has probado la miel, + debe de ser tremendamente difícil tener que volver a Viva diciendo "Que te jodan" en los restaurantes».

Solanas cometió un error al llamar al estudio en diciembre. Morrissey apareció ante el tribunal diciendo que los había amenazado y volvieron a encerrarla. «¡Esto es terrible! —dijo el juez—. ¡¿Quién le ha dado a esta mujer la libertad bajo fianza, para empezar?!». A lo que el fiscal respondió: «¡Oh, fue usted, juez!».

El fiscal del distrito llevó el caso contra Solanas (no necesitaba que Warhol «presentara cargos») y en febrero le permitió declararse culpable de agresión en primer grado en lugar de ser acusada de intento de asesinato. La oficina del fiscal le dijo a Morrissey que llevar a juicio la acusación de asesinato podía acabar en una simple declaración de trastorno mental de Solanas, aunque él lo consideró una excusa repugnante: «¡Ha intentado matar, con dos pistolas, a cuatro o cinco personas!», protestó. La sentencia salió en junio y, aunque Solanas se enfrentaba a un máximo de quince años de prisión, solo la condenaron a tres, de los que se restaba uno por pena cumplida. Aun así, estaba furiosa con el fallo. «No tenía intención de matarlo —dijo—. Solo quería que me prestara atención. Hablar con él era como hablar con una silla». Por supuesto, Warhol y su gente querían que estuviera encerrada durante mucho más tiempo. «Te echan más por robar un coche», dijo Lou Reed, lamentándose de que la levedad de la sentencia reflejaba el desdén que el convencionalismo estadounidense sentía por Warhol.

Casi como si Solanas mantuviera, aun desde prisión, algún poder sobre Warhol, las heridas que le había provocado empezaron a darle problemas de nuevo. En marzo pasó otros once días en el hospital porque tuvo que someterse a una operación para cerrarle una fístula con filtraciones y solucionar algunos problemas respiratorios. Ante la insistencia de Warhol, la intervención la realizó el mismo equipo de

quirófano que le había salvado la vida la primera vez. «Tenía cicatrices viejas y ahora algunas nuevas —le dijo a un periodista en mayo—. Y no se sabe cuáles duelen más. Es muy extraño». Aún sufría filtraciones, al menos aquel otoño, y hay documentos de un año después que prueban la existencia de un montón de recetas y de que compraba barbitúricos habitualmente, es probable que para paliar el dolor y el insomnio.

Poco después de la segunda operación, un amigo crítico de arte le preguntó por su estado:

> Le pregunté cómo se sentía después de todas las operaciones que había necesitado.
> —Igual. Quiero decir, puedo comer de todo. Pero es distinto. La sensación es distinta.
> —¿En qué sentido?
> —Me refiero… Quizá hubiera sido mejor si me hubiera muerto.
> Por primera vez hubo signos visibles de emoción.
> —Me refiero a que es ta-a-a-n horrible. Todo es un desastre. No sé. Es muy duro.
> Mencioné que a mí él me parecía animado y lleno de nuevos proyectos.
> —Sí, lo sé. Pero tienes que… Ya sabes, hay que fingir.

Nuestro artista no fue el único que tuvo que hacer frente a los efectos psicológicos de la violencia durante los últimos años de la década de 1960. La vida emocional de todo el país parecía un reflejo de lo que le había sucedido a él. Los atentados contra Warhol y Bobby Kennedy, en junio, después del asesinato de Martin Luther King Jr., y los incendios de Washington y Chicago en abril habían puesto al país aún más tenso. Mientras él yacía recuperándose en su casa, escuchaba las noticias de las disputas durante la Convención Demócrata en Chicago, de la interminable crisis de Vietnam y de la entrada de los soviéticos en Checoslovaquia, «atancando», como dijo el artista, a través de la tierra natal de los Warhola.

En la Nueva York que Warhol amaba, los nuevos peligros estaban aún más a mano. La alegre Gran Manzana de *Guys and Dolls* que lo recibió cuando llegó por primera vez iba camino de convertirse en la terrorífica metrópolis de *Taxi Driver*.

En febrero de 1968, justo cuando el estudio de Warhol se estaba trasladando al centro, una huelga de los trabajadores de la limpieza llenó las calles con cien mil toneladas de basura, y casi hubo que movilizar a la Guardia Nacional para que las recogieran. Pasaron décadas hasta que la ciudad volvió a estar limpia y los neoyorquinos tuvieron que aprender a convivir con la suciedad.

En junio, aquella nefasta tarde en la que los caminos de Warhol y Solanas se cruzaron, Union Square no era lo que habría sido quince años antes, cuando en sus cercanías vivían varios de los cultivados amigos de nuestro artista. Camellos, drogadictos y chaperos duros se

habían apoderado del parque. «Personas desconocidas nos preguntan si nos interesaría adquirir estimulantes, tranquilizantes, heroína o marihuana, que venden en forma de porros mal hechos —señaló un director de arte de Miami que visitó el estudio de Warhol con su esposa—. Son un dólar cada uno; la cocaína cuesta setenta y cinco dólares el gramo». El edificio donde se encontraba el nuevo estudio se alzaba por encima de todo ese trapicheo y empezó a sufrir numerosos robos, tal como advirtió el propietario en una carta a sus inquilinos. Mientras los cirujanos del hospital Columbus operaban a Warhol, su viejo amigo Ray Johnson fue a comprar un periódico para leer las noticias del ataque y lo atracaron con un cuchillo. Eso hizo que dejara Nueva York y se fuera al campo, para siempre. Warhol se quedó, pero, como todos los neoyorquinos, tuvo que acostumbrarse a un caos que hubiera sido impensable apenas una década antes.

Cuando nuestro artista y su equipo acudieron a la primera entrevista que dieron después de que le dispararan, Viva contó a la periodista el asalto que acababa de sufrir en su casa por parte de «un atacante profesional; todo lo que hace es golpear a la gente». (En su estilo habitual, Viva se las había apañado para aplastarle el cráneo a su agresor y llenarlo todo de sangre). Algo más tarde, cuando aquellos yonquis armados se colaron en el estudio, aún sin fortificar, Warhol se quedó en su casa durante una semana. Reaccionó aterrorizado a la noticia de que a otro empleado lo habían asaltado a punta de navaja: «Oh, me estoy volviendo loco, da mucho miedo. O sea, dan ganas de no ir a ninguna parte, da demasiado miedo», dijo en una llamada grabada el día después del ataque. Le encantaba llevar dinero escondido en un botín y no pudo haberle agradado la idea de tener que separarse de él, en especial bajo la amenaza de daños físicos.

En Nueva York, la tasa de homicidios se había más que triplicado desde que él llegó a la ciudad; días después de que Warhol estuviera a punto de morir, el presidente Lyndon B. Johnson ordenó la formación de una Comisión Nacional sobre las Causas y Prevención de la Violencia. «No sé qué decir sobre la violencia y todo lo que está pasando ahora», comentó un día el artista, mientras contemplaba sus antiguas obras de *Muerte y desastres* que había hecho a principios de la década de los sesenta. Los peligros que mostraba la serie estaban empezando a parecer singularmente comedidos. «¿No te parece que Nueva York da miedo?», le preguntó a una periodista de Los Ángeles.

Warhol se volvía loco con los titulares de impacto: parece ser que estaba encantado con el hecho de que su gran pintura sensacionalista *129 Die in Jet!* estuviera basada en una portada que se había publicado exactamente seis años antes de que le dispararan. Pero los peligros que estaba encontrando a finales de la década de 1960 no eran noticias que pudiera utilizar. Su pop art había tenido algo de crítica y

comentario político, pero en su mayor parte también evocaba el optimismo de los años cincuenta, cuando el éxito le visitó por vez primera en Nueva York. Liz, Marilyn y Elvis alcanzaron el estrellato durante la alegre década anterior a que Warhol empezara a representarlos; la sopa Campbell's era un producto aún más antiguo y risueño del saber hacer estadounidense. Las *Cajas de Brillo*, aunque basadas en la intrepidez del nuevo diseño gráfico, respondían a la fe en la magia limpiadora de los productos estadounidenses, propia de la era Eisenhower. Aun en los momentos en los que Warhol recogía temas más dramáticos (la *Silla eléctrica* o *Jackie después de Dallas*), se podría entender que la tragedia quedaba neutralizada y convertida en algo común por el simple hecho de haber sido pintada por el retratista de las *Sopas Campbell's*. Warhol había creado un complejo arte de los años sesenta al sumergirse en los alegres clichés de antaño; para funcionar, su pop art necesitaba de esa tensión. Todo esto hizo que la nueva realidad amenazante y agobiante posterior a la década de 1960 resultara especialmente inhóspita para él, como artista y como hombre. Necesitaba dar con una nueva dirección.

No fue hasta finales de la primavera de 1969 cuando Warhol pareció haber encontrado nuevo su sitio, con un notorio encargo que supuso otra vez un compromiso directo con la cultura popular, esta vez sin distancia duchampiana alguna. En abril, Mick Jagger le escribió para ofrecerle la portada del último álbum de los Rolling Stones. «En mi corta y bella experiencia —le decía—, cuanto más complicado sea el formato del álbum, por ejemplo, algo más complejo que meras páginas o desplegables, más jodida será la reproducción y más angustiosos los retrasos. Dicho esto, lo dejo en tus capaces manos para que hagas lo que quieras».

Warhol conocía a los Stones desde el otoño de 1964, cuando Jane Holzer consiguió reunir al artista pop más grande de Norteamérica y a la banda de rock más malota de Gran Bretaña, durante su segunda gira por Estados Unidos. El verano siguiente, Warhol quiso involucrarlos en *Vinyl*, su versión cinematográfica de *La naranja mecánica* (por llamarlo de alguna manera), pero la colaboración no funcionó. Tampoco salió la portada del disco por la que le escribió Jagger en 1969. A principios de 1971, cuando la banda y el artista llegaron, finalmente, a trabajar juntos en la portada del álbum *Sticky Fingers*, a Warhol se le ocurrió algo tan complicado como lo que Jagger se había temido dos años antes.

Warhol diseñó una de las carátulas de disco más ambiciosas hasta la fecha, que acarreó, efectivamente, los problemas de producción más «jodidos» y demoras insoportables. Parece que, de hecho, hubo un

punto en el que su concepto fue rechazado, y Warhol quiso una indemnización. Sin embargo, una vez que obtuvo el visto bueno, la portada exhibió un primer plano de la entrepierna de un hombre en vaqueros, con una cremallera de verdad pegada sobre ella que se podía abrir y cerrar. Fue un astuto truco promocional. Los anuncios del álbum decían: «"Sticky Fingers"; diseño de portada exclusivo de Andy Warhol; 3,38 cada LP; con una cremallera de verdad y diez grandes canciones». (Nótese que Warhol y su cremallera se anuncian por encima de las «diez grandes canciones»). Fue también un desastre de presentación, pues las cremalleras rayaban y deformaban el vinilo del interior, en particular cuando se apilaban los álbumes para enviarlos a las tiendas de discos. Es probable que la propia fotografía de la portada hiciera también que los minoristas se pensaran dos veces exhibirla: ya era bastante duro que estuviera centrada en la entrepierna de un hombre, pero con el bulto enorme de su interior Warhol estaba llevando la imagen de chicos malos de los Stones a un nuevo nivel. En el lapso de cuatro años, la cultura estadounidense había avanzado tanto que la insinuación fálica del «plátano» en la cubierta de la Velvet Underground podía convertirse directamente en un falo, sin insinuaciones.

(Durante años, la cuestión de quién podía atribuirse el mérito del bulto de la portada estuvo en debate, y fue reclamado por diversos jóvenes cuyas entrepiernas habían pasado ante la cámara de Warhol. «Tú conoces tu anatomía, tú sabes si eres tú o no. Eso es todo lo que puedo decir», dijo uno de ellos).

Sin embargo, por traviesa y atrevida que pudiera ser esa entrepierna, también estaba indicando el continuo alejamiento de Warhol de la vanguardia creativa. La portada en sí no era especialmente audaz para los estándares del arte de aquel momento, ni siquiera demasiado warholiana: los compradores tendrían que buscar los créditos para saber de quién era el diseño. Lo único que podría haber delatado a nuestro artista como autor es la insinuación del deseo hacia el mismo sexo que encierra el proyecto, pero aun eso se vería frustrado por lo viril de la imagen y la música de la banda, «agresiva, ruidosa, irreverente y con una suprema autoestima», en expresión de un crítico, y no son palabras que hubieran podido aplicarse a Warhol ni a muchos de los hombres homosexuales de su generación. El mensaje gay del último encargo comercial que recibió recuerda el atractivo de sus ilustraciones de la década de 1950, salvo que en este caso, es mucho menos central para el papel que tuvo la portada en el contexto cultural. A pesar del perfil tremendamente alto de la carátula (o, más bien, debido a él), el proyecto de *Sticky Fingers* es lo más cerca que el artista pop llegó a estar de actuar como mero observador y nombre de alquiler, al servicio de las necesidades de

imagen de su cliente en lugar de las suyas propias.

Warhol facturó a la banda cuatro mil dólares por su trabajo en *Sticky Fingers*, algo que en ese momento no estaba mal pero de lo que se arrepintió pronto. «El álbum se convirtió en un número uno y yo solo saqué un poco de dinero —le dijo a un amigo cuando el disco ya había salido—. La próxima vez que haga algo, intentaré obtener un porcentaje. Como un centavo por cada álbum vendido».

Al tiempo que Warhol se metía en el papel de artista gráfico para los Stones, estaba comprobando también cuánta vida le quedaba como cineasta. A principios de mayo de 1969, apareció en una rueda de prensa del muy esperado estreno de *Lonesome Cowboys*, en la que Morrissey «tradujo» sus lacónicas respuestas, según cuenta en un artículo el teórico del cine Parker Tyler, cuyo trabajo nuestro artista conocía desde sus días de estudiante. «Morrissey destacó el hecho de que Warhol admitiera que su propia pintura era "basura" —escribió Tyler—, y que, en cualquier caso, sus películas no guardan una relación consciente con su pintura. Lo que intentan es ser entretenidas, declaró Morrissey, y únicamente entretenidas. "Arte no, por favor" es la estrategia tácita». No hay duda de que Morrissey decía todo aquello como una pequeña pulla a su jefe y ahora rival, pero Warhol podría haberlo tomado como un elogio. Según se acercaba a la década de 1970, el «no arte» empezaba a parecer su receta para un arte nuevo y tal como había demostrado con el anuncio de Schrafft's, podía incluir formas de arte tan populares que no tenían cabida en museos ni galerías. «Vaya, David, ¿todavía te gusta el arte? No lo entiendo. Deberías expandirte al entretenimiento», le dijo Warhol por teléfono a su amigo el crítico de arte David Bourdon.

Tampoco está muy claro cómo de entretenida podía resultar realmente la falta de trama de *Lonesome Cowboys* para un público de cinéfilos que estaba acostumbrado a cosas como las aventuras de Herbie el Bólido. Su valor como entretenimiento debe de haber residido sobre todo en que presentaba la extrañeza del *underground* en su último aliento. Pero eso aún tenía el atractivo suficiente para atraer multitudes. *Variety* dedicó todo un artículo a hablar del éxito de ese nuevo acercamiento de Warhol a un público masivo, que tituló con una especie de semblanza en miniatura del artista en ese momento de su carrera: «Un Warhol más estructurado y menos escandalizado apunta a una liga más amplia». El artículo comentaba «el taquillazo» que fue *Lonesome Cowboys* en su primera semana, en la que rompió el récord diario del cine convencional (aunque sórdido) en el que Warhol había conseguido estrenarla. Todo ello fue suficiente para que nuestro artista empezara a soñar con el Hollywood convencional de verdad y

moviera sus contactos para llegar a él.

«Ojalá alguien nos diera un millón de dólares», se lamentaba ante cualquiera que quisiera escucharlo o ayudarlo. Tenía grandes planes para llevar a sus superestrellas a rodar en localizaciones fuera del estudio (Japón, India, París), y empezó a pronunciar con lirismo los hollywoodismos más clásicos, como cuando hablaba de «los fantásticos cortes abstractos» de Orson Welles. «En realidad, ahora quiero hacer una película con personas más normales que las inusuales con que solíamos trabajar», le dijo a un reportero de *Playboy*. Poco antes de que le dispararan, le contó (él o más probablemente Morrissey hablando por él) a otra revista erótica, *Jaguar*, que un importante estudio de Hollywood estaba ya intentando hacerse con una nueva película de Warhol. Parece que aquel otoño nuestro artista pensó en satisfacer esa demanda vendiendo los derechos cinematográficos de su novela *a*, «para que Ondine y yo podamos ver a actores muy guapos como Troy Donahue y Tab Hunter en nuestro papel». Abordó a su viejo amigo Lester Persky, recién metido a productor de cine, quien le respondió: «Por favor, Andy. Estoy intentando olvidar de dónde vengo. Lo que estoy buscando son propiedades literarias, no atrocidades». Entre las otras «atrocidades» que Warhol pronto trataría de vender estaba *Dracula's Baby*, la primera película de terror con el reparto desnudo, ambientada en Brooklyn Heights y con «una partitura de rock muy interesante» escrita por la poeta Edith Sitwell, su ídolo literario durante sus primeros años en Nueva York.

Y, sin embargo —«por increíble que parezca», tal como exclamó un columnista de Hollywood—, las grandes productoras fueron de verdad a buscar algún proyecto firmado por Warhol aquel invierno de 1968 y 1969. Morrissey trabajó, junto con un escritor de Los Ángeles llamado John Hallowell, en un guion que emparejaba a verdaderas superestrellas cinematográficas con las superestrellas de la Factory que las imitaron. *Variety* informó de que aquel proyecto de cien mil dólares iba a poner juntos a Candy Darling, como protagonista, y personajes como Natalie Wood y Troy Donahue, que resultaban ser verdaderas estrellas tanto de las películas como de los cuadros pop de Warhol.

«Parecía que, por fin, Hollywood estaba listo para reconocer nuestro trabajo y darnos dinero para hacer una película de treinta y cinco milímetros de gran presupuesto», dijo más tarde Warhol. Al fin y al cabo, aquel fue el momento en el que el cine «avanzado» empezó a ejercer un atractivo para el mercado de masas que no había tenido jamás, ni volvería a tener después: una lista asombrosa de nuevos talentos como Robert Altman, Francis Ford Coppola, Stanley Kubrick y Martin Scorsese iban camino de infiltrarse en las películas «normales»

de Hollywood. No parecía completamente absurdo que Warhol, un reconocido maestro del cine radical, se uniera a sus filas. Jane Holzer recordaría después que cuando hizo algún papelito en Hollywood se quedó asombrada por el interés que había en la realización cinematográfica radical de Warhol: «Ahí estaban todos esos directores a los que los estudios habían dado un montón de dinero preguntándome: "¿Cómo hace él una película?", ¿sabes? "Cuéntanos, porque queremos hacer las películas como él", a ver, me explotaba la cabeza».

A nuestro artista le encantaba que el reparto de su nuevo proyecto le diera acceso a las estrellas del cine. Se burlaba de Hallowell por su afición a nombrar figuras de Hollywood, aunque se quedó más que encantado cuando el escritor consiguió que Rita Hayworth lo llamara, «pero, de algún modo, no conseguimos hablar de verdad, tal vez porque ella era tímida y yo era tímido […]. Ella fue encantadora, pero la cosa fue un poco triste porque arrastraba las palabras y sonaba un poco perdida. Me dijo que sabía que la convertiría en "la estrella más súper de todas"». A pesar de su amor por las personas famosas, Warhol siempre combinó su rendida admiración con una dura complacencia en el sufrimiento ajeno.

La actriz y el artista idearon un plan para aparecer juntos en la retransmisión de los Premios Oscar un par de años después, plan que se vino abajo cuando Warhol fue excluido del programa por uno de los miembros de la academia.

A principios del verano de 1969, Hallowell consiguió que Columbia Pictures pagara el viaje a Warhol y un pequeño grupo de acólitos para una primera reunión, aunque la prensa ya estaba anunciando el mes de septiembre como la fecha de lanzamiento de la película terminada. En Los Ángeles, nuestro artista y su gente fueron agasajados en una discoteca llamada Factory, cuyo solo nombre ya proclamaba el lugar que ocupaba el artista en la imaginación popular. Warhol se divirtió mucho codeándose con los famosos, según Jed Johnson, quien fue con él en ese viaje. Hay una bonita simetría en el hecho de que la ciudad que había acogido su primera muestra individual de pop art, tan solo siete años antes, fuera también la de su primer gran intento de dejar atrás el pop.

Cuando llegó el momento de presentar al estudio la idea para la nueva película, las reuniones fueron bien, al menos eso le pareció a Warhol. Pero entonces Morrissey tuvo la ocurrencia de mencionar una escena de sexo con un gran danés —fuera de cámara, les aseguró a todos— y eso conmocionó a los ejecutivos. Cancelaron el proyecto «por "razones morales"», le dijo Hallowell a Warhol por teléfono después de que el artista volviera a Nueva York: «¿No te encanta?… Tienen la misma moralidad que Atila el Huno».

Sin embargo, en lo que escribió un tiempo después, Hallowell da a entender que el verdadero problema fue la rareza incontenible e incorregible de nuestro artista. Hasta a la reunión con el director de un estudio había llegado tarde y con su séquito a cuestas, y después se sentó como una esfinge y dejó que fuera Morrissey el que hablara. Los ejecutivos no quedaron convencidos ni de que Warhol fuera un producto rentable ni de que pudiera hacer una película que lo fuera. Como más tarde diría Bob Colacello, «Andy quería ser Louis B. Mayer y Jean-Luc Godard al mismo tiempo», el deseo era un oxímoron.

Tras el episodio del gran danés, Warhol se quedó esperando una respuesta definitiva de Columbia durante cuatro días —que no era más que un momento, en aquella época de Hollywood—, luego metió a sus superestrellas en la maleta y se marchó a casa. Uno de sus nuevos empleados recordaba la frustración que sentía el artista a su regreso: «Lo que pasó con Andy fue que lo llevaron a Hollywood solo para humillarlo […]. No le haces eso a alguien como Andy. Él era muy tímido y muy sensible y le disgustó […]. No es muy interesante que te hagan tomar un avión para ningunearte».

Sin embargo, a pesar de la «sensibilidad» de Warhol y del total fracaso de aquella primera oportunidad en Hollywood, volvió a intentarlo dos años después, de nuevo aprovechándose de la estela de Hallowell, por corta que esta fuera. (La afición de Warhol por los intermediarios denotaba cierta indecisión, quizá porque sus inseguridades le impedían imaginar que mereciera tener socios más poderosos o, lo que es igualmente posible, porque en el fondo prefería unos luchadores interesantes a las historias reales y aburridas de éxito). Hallowell se había obsesionado con el acceso que tenía a una estrella de rock llamada John Fogerty, de la Creedence Clearwater Revival, quien, para él, bien podría haber sido un hijo de Beethoven y Elvis. Cuando al escritor se le ocurrió una película que juntara a su «dios del rock» y a aquel dios del arte llamado Warhol, la presentación de la idea «desbordó» a los ejecutivos de Hollywood o, al menos, así lo afirmó.

Warner Brothers accedió a llevar a Warhol y su pandilla a Los Ángeles para seguir con las conversaciones, y cumplió con las exigencias del artista de que les pagaran a todos billetes en primera clase y una limusina Carey que los recibiera a su llegada. (Esto último quizá fuera un guiño a un amigo de los años cincuenta, Ted, que provenía de esa dinastía de las limusinas). El gran hotel Beverly Wilshire actuó como base de operaciones durante la visita: «A NDY WARHOL a un lado del sexto piso, en una suite. DIOS DEL ROCK al otro lado del sexto piso, en una suite. Las SUPERESTRELLAS salpicadas por el medio», contaba Hallowell unos meses después.

Warhol hizo interminables y frenéticas compras de antigüedades (no

dudó en despertar a uno de los vendedores en plena noche para echar un vistazo a sus productos) y también visitó la tumba de Marilyn, y fue sacando Polaroids de todas las cosas y personas que veía. Estuvo de fiesta en algunas de las mansiones más grandiosas de Hollywood con algunas de sus personas más grandiosas (George Cukor, Shelley Winters, Leslie Caron), e incluso apareció en televisión en el primer programa de entrevistas de Regis Philbin, donde, naturalmente, dejó que sus seguidores hablaran por él.

Igual que el viaje anterior a Los Ángeles con Hallowell, este duró exactamente cuatro días. Y, una vez más, Warhol se fue con las manos vacías.

«Dicen que la película va a salir. Muy posible que DIOS DEL ROCK diga sí», escribió Hallowell sobre el viaje, poco después de que tuviera lugar. Pero Dios del Rock no dijo nada y la película no llegó a ninguna parte, como cada una de las veces que Warhol intentó cortejar a Hollywood.

Puede que el problema estuviera en que, en el fondo, nuestro artista seguía considerando (y así sería siempre) su inmersión en la cultura pop como su última performance artística de alta cultura. Con el anuncio de Schrafft's, había absorbido la cultura publicitaria al contagiarla de una estética vanguardista alocada, y sus convencionales clientes habían considerado que podían beneficiarse de ello, pero los productores de Hollywood no lo veían tan claro. No les importaba que lo artístico se filtrara un poco en películas como *Easy Rider* si eso les proporcionaba un producto que pudiera llenar un nicho de mercado. Pero no tenían interés alguno en ver a un artista rarísimo haciéndoles la competencia en la cultura popular, que ellos siempre habían controlado.

O quizá fuera solo que se dieron cuenta de que, sin importar cuánto intentara Warhol integrarse, sus rarezas acabarían aflorando siempre. Una entrada inédita de su diario que habla de la proyección de *El discreto encanto de la burguesía*, la obra maestra surrealista de Luis Buñuel, nos deja un raro ejemplo de los verdaderos gustos y de la verdadera sofisticación de Warhol:

> La película me pareció maravillosa, maravillosa, maravillosa, y recuerda a las películas anteriores de Buñuel, especialmente lo de las cucarachas saliendo por el piano, y fue muy divertido recordar que trabajaba con Salvador Dalí hace muchos años. Los sueños eran tan majestuosos, y había tantos, y todo era tan inteligente, tan ingenioso y tan francés… Sin duda, los franceses saben utilizar la ironía. Es maravilloso lo fieles que siguen siendo a los buenos viejos chistes. Creo que el simbolismo de esa película va a darme cosas sobre las que pensar durante mucho tiempo. Si alguna vez hubo una película que mereciera tener éxito comercial, es esta […]. Más tarde, después de la película, en la calle Cincuenta y siete se me acercó un chico y me preguntó si me había gustado, y me quedé prácticamente mudo porque cómo podía expresar con palabras mi admiración por un talento tan

vasto como Buñuel.

Warhol tardó un tiempo en reconocer que solo sería atractivo para las masas en tanto que el inadaptado. Podía vestirse de Lacoste, pero su peluca plateada destacaría siempre.

La primera debacle de Los Ángeles se cerró poco antes de su primer aniversario de haberse librado de la muerte, que se celebró en su estudio con un almuerzo encargado a su proveedor habitual, el restaurante de comida sana Brownies, en la calle Cincuenta y seis. (Warhol estuvo jugueteando con la alimentación saludable durante años, con recaídas periódicas en los bombones de licor y el puré de patatas). Había pasado todo un año y no estaba mucho más cerca de haber dado con un camino por el que hacer avanzar su obra. Sus posibilidades en Hollywood no pintaban bien, pero parece que aún seguía teniendo en la cabeza el cine, o al menos el negocio del cine.

«¿No es repugnante el panorama artístico actual? Ojalá pudiera encontrar una manera de empeorar las cosas», dijo Warhol a su viejo amigo Cecil Beaton. Y lo hizo. A las pocas semanas de volver de Los Ángeles, alquiló un gran teatro antiguo en el East Village para proyectar una sesión de porno gay duro que duraba de la mañana a la medianoche, sin parar, y cuyas filmaciones cambiaban constantemente, todo bajo el título de «La Revista masculina de Gerard Malanga» y, a veces, «El desfile masculino de Gerard Malanga»; en este caso, sin signo alguno de que Warhol se preocupara siquiera de que apareciera su nombre. En una columna de cotilleos que apareció justo antes de que las películas comenzaran a proyectarse, se esforzó todo lo posible para dejar claro que Malanga estaba «embarcándose en un negocio por su cuenta» con aquel proyecto. Los anuncios del «desfile» del poeta citaban (es probable que erróneamente) a Gregory Battcock, el amigo crítico de arte de Warhol, con frases como «genuinas declaraciones antiarte» y «entre los documentos artísticos más importantes creados en nuestro tiempo». Pero es posible que la crítica de Jonas Mekas fuera más precisa, cuando describió el «programa de masturbaciones» como «bastante ridículo y muy deprimente». Sin duda hubo un contraste enorme entre las alegorías de elegantes damiselas pintadas en los murales del teatro antiguo y los hombres que se movían en su pantalla y sus butacas.

Según el primer biógrafo de Warhol, Victor Bockris, Malanga y Morrissey se quedaron a cargo del lugar, y se valieron del prestigio del cine *underground* para cobrar cinco dólares por entrada para ver fragmentos de pornografía que en Times Square costarían la mitad. Joe Dallesandro hizo de proyeccionista y parece que desarrolló un

negocio paralelo «prestando servicios» a los clientes en un sofá que había al lado de su cabina; mientras, el vendedor de las entradas se estaba quedando con parte de la recaudación. Todo el mundo ganó mucho dinero con el proyecto, salvo Warhol, que lo cerró después de seis semanas, irónicamente, casi al mismo tiempo que la policía prohibía *Blue Movie*.

Fue uno de los proyectos emblemáticos de sus últimas dos décadas, y tenía también un sesgo cinematográfico. La leyenda de su origen dice que surgió porque Warhol era demasiado tacaño para comprar entradas para el cine: «Teníamos que conseguir pases para el Festival de Cine de Nueva York, pases de prensa, que originalmente nos negaron. Así que decidimos publicar una revista para poder, pues ya sabes, estar acreditados», contó Gerard Malanga. Así nació *Interview*, uno de los proyectos editoriales más notables de finales del siglo XX.

A menos que, como también han contado el poeta y otras personas, en realidad surgiera del deseo de Warhol de darle a Malanga «algo que hacer». El alquiler de las películas de la Silver Factory resultó mucho menos que una ocupación a tiempo completo, y «El desfile masculino» había durado solo unas pocas semanas.

Ambas explicaciones suenan por igual al tipo de mitos simplificadores que a nuestro artista le gustaba difundir como encubrimiento de las complejidades reales de su vida, su obra y sus intenciones. Al fin y al cabo, ¿qué festival le hubiera negado entradas a una superestrella de cine como Andy Warhol? E, incluso si hubiese sido así, el dinero que se hubiera gastado en ellas no se acercaría jamás a los miles de dólares que le costaría lanzar una revista, por tosca y casera que fuera. De todos modos, Malanga ha fechado los orígenes de *Interview* en la primavera de 1969, antes, por tanto, de que nadie hubiera podido pedir, ni de que se lo hubiesen negado, un pase de prensa para un festival que se iba celebrar a finales de septiembre. (De una forma u otra, Warhol terminó obteniendo su pase). Una carta de Malanga muestra que, en julio, el trabajo ya estaba bien avanzado para el primer número de *Interview*.

Otra historia más probable sobre el nacimiento de la revista es que Warhol telefoneó a su amigo John Wilcock, uno de los fundadores de *Village Voice* que estaba publicando un tabloide clandestino llamado *Other Scenes*, para lamentarse por su falta de apoyo por parte de Hollywood:

> Le dije de pasada: «Bueno, Andy, todos mis amigos sacan publicaciones periódicas; ¿por qué no haces una?». Me respondió con un gruñido evasivo, pero diez minutos después me volvió a llamar. «¿Qué tipo de publicación?», me preguntó con ese tono quejumbroso e inseguro. Recuerdo haberle dicho que lo obvio sería una

> publicación cinematográfica […]. «¿Qué estilo iba a tener la publicación?», pregunté, pensando que cualquier cosa que se le ocurriera a Andy iba a ser imaginativamente innovadora. «Quiero que se parezca a *Rolling Stone*», dijo con determinación, para mi sorpresa.

Warhol y Wilcock acordaron asociarse al 50 por ciento; este se haría cargo del diseño, la maquetación, la impresión y la distribución, y el equipo de nuestro artista se encargaría del contenido. «En realidad solo éramos Andy y yo, los únicos editores […]. El nombre de Paul era estrictamente representativo», contó Malanga, que también tenía control artístico del diseño de las páginas, ya que «nadie más quería hacer el trabajo sucio».

Por lo que parece, el primer número salió en septiembre —sus editores, unos novatos, se olvidaron de poner la fecha— con el título *inter/VIEW: A Monthly Film Journal*, que da una idea de todo lo que Warhol pensaba en términos cinematográficos. (También llevaba el lema «First Issue Collectors Edition», una proyección optimista que, después, se hizo realidad a lo grande, pues un ejemplar en buen estado puede costar mil dólares). La elección de la palabra *journal*, de corte académico, da la impresión de que Warhol, a pesar de sus citas rápidas con Hollywood, seguía tonteando con la erudición de la vanguardia. Incluso diecinueve números más tarde, *Interview* mantenía el subtítulo «Andy Warhol's Movie Magazine», lo que demostraba que nuestro artista continuaba pensando que las películas —si no ya el «cine»— podrían ayudar a vender la publicación.

El primer número, que se publicó bajo la bandera corporativa de Poetry on Films, Inc. —nombre de cierta resonancia elitista—, mantiene la tensión entre la alta y la baja cultura. «Era una mezcolanza, era inclusivo», contaba Malanga. Las imágenes de la portada estaban sacadas de la *Lion's Love* de Agnès Varda, «una película intelectual que intenta ser comercial», pero mostraban a Viva y a los actores masculinos sin ropa, creando el efecto de que la tercera página se había publicado en la primera. (Y en la contraportada también, que estaba ocupada por el fotograma de una actriz en topless y de apariencia apenas pubescente, de una olvidada película sobre un psiquiatra warholiano que filma las actividades de sus pacientes con una cámara oculta. La cantidad de pechos del número fueron idea de Wilcock, porque había descubierto que siempre ayudaban con las ventas de su otra publicación).

En el interior de *inter/VIEW*, un ensayo reflexivo de Jonathan Lieberson, más tarde colaborador de *The New York Review of Books*, aparecía salpicado de fotogramas de viejas películas de Busby Berkeley. Las reseñas cinematográficas «avanzadas», escritas por Taylor Mead y Ondine, así como los poemas de Malanga y otros, se acompañaban de un pliegue central de Raquel Welch en biquini y la

transcripción apenas editada de una entrevista con el director de superproducciones George Cukor (*Historias de Filadelfia*, *My Fair Lady*). Una reseña muy temprana de los dos primeros números los felicitaba por tratar las películas («¡no "el cine", ¡tontainas blandengues!») como «un arte al servicio del placer, la diversión, la emoción (ah, la emoción), la diversión, el asombro, la imaginación, la excitación, la fantasía y la "cabeza"».

Con el paso del tiempo, *Interview* hizo honor a su nombre dando cada vez más espacio a las conversaciones grabadas y cada vez menos al análisis sesudo. La «esposa» de Warhol, Sony, se ponía a trabajar todos los meses para contribuir a un proyecto que representaba la apoteosis del perenne interés de nuestro artista en registrar cada detalle y cada momento de su vida y de su entorno, ahora ampliado para incluir a un grupo social entero en torno a él, y sobre todo en torno a su revista. «Al participar personalmente en aquellas entrevistas, mes tras mes, la luz de los focos iluminaba también al propio Andy. En muchos sentidos, *Interview* se convirtió tanto en un vehículo para Warhol como en un anuncio de él —contó después Bob Colacello, que dirigió la revista durante los años setenta—. A Andy también le gustaba grabar en cinta porque era barata: encargar un buen artículo cuesta mucho dinero. Pero cualquier estudiante universitario podría encender una grabadora, hacer algunas preguntas y transcribir la cinta».

Pat Hackett recordaba que el proyecto era de tan bajo presupuesto, al menos al principio, que cuando un abogado experto en querellas por difamación insistió, en el último minuto, en que la referencia que aparecía a una persona como «drag queen» debía cambiarse a simplemente «queen», Warhol y toda la «sala de redacción» —es decir, Malanga, Morrissey, Hughes, Jed Johnson y la propia Hackett— tuvieron que sentarse ellos mismos a hacer la corrección, ejemplar a ejemplar, con un rotulador negro. «Esto es como un castigo del colegio —dijo Morrissey—. "No volveré a llamarlo *drag queen*. No volveré a llamarlo *drag queen*"». A los colaboradores se les pagaba entre diez y veinte dólares por artículo, pero incluso un veterano de la Factory como Taylor Mead tenía dificultades para cobrar aquellos modestos honorarios: Warhol le dijo que uno de los primeros editores se había fugado con los fondos de la revista. El compromiso del artista con su nueva publicación era lo bastante grande como para dedicarle su nuevo «estudio de pintura» situado en el décimo piso como oficinas de redacción.

Malanga aseguró que, cuando salió el primer número, en Max's lo recibieron como una estrella: «De repente me veo ahí, al frente de una revista, que era básicamente un periódico inspirado en la *Rolling Stone*». Lástima que solo permaneció dos números más. Malanga se

peleó con Morrissey y Hackett porque le recortaron el texto a un amigo suyo poeta, y se vengó cambiando el nombre de esta por «chupatintas» en la cabecera del mes siguiente. Casi cincuenta años después, sigue recordando los gritos de Hackett cuando vio el número, y a Warhol salir furioso de la pequeña oficina que compartía con ella: «¡Estás despedido!».

Con la desaparición de Malanga, *Interview* acabó perdiendo todos los poemas y la mayor parte de su contenido «serio» al tiempo que se alejaba gradualmente de las películas y se iba acercando a la cultura popular y al famoseo. Warhol dijo que uno de sus objetivos había sido lograr que los chavales «volvieran a vestirse bien» y, durante un tiempo, el subtítulo cambió a «The Monthly Glamour Gazette». El producto de los primeros años no se parecía en nada a la publicación moderna que estaba causando sensación una década después. Tras su segundo aniversario, Warhol seguía hablando de cerrar la revista —aunque estaba decidido a no reembolsar dinero a los suscriptores—, puesto que de las cinco mil copias que se imprimían cada mes se estaban vendiendo menos de dos mil copias. Eso apenas sumaba la clientela total de Max's y, sin duda, no era suficiente para recoger ningún tipo de beneficio. La revista, contaba Hughes, «no era especialmente práctica. Andy tan solo quería que algunos de sus amigos poetas y escritores parecieran ocupados».

Incluso cuando se incorporaron algunos inversores y la tirada subió a cinco cifras, los gastos de la revista seguían excediendo casi siempre a los ingresos. «Sería genial que pudiera sostenerse por sí sola», dijo Warhol en el verano de 1977, cuando *Interview* acababa de obtener cincuenta y seis dólares en ganancias de una entrada de ciento ocho mil dólares en seis meses. «Siempre pensé que debería ser para gente nueva, pero supongo que no hay suficiente gente nueva que la compre. Vas a un concierto de rock y pueden llenar un aforo de treinta mil personas. Es raro. No son las mismas personas que leen revistas». Una vez afirmó que poner a gente famosa en la portada solo había sido un truco para que los compradores leyeran sobre la «gente nueva» que siempre había querido mostrar en su contenido.

La verdad es que pasaron muchos años hasta que Warhol estuvo dispuesto a dejar de lado las contradicciones innatas de un vanguardista y permitir las «concesiones a lo comercial» que los inversores de *Interview* estaban esperando. Haciendo honor a las ideas de su formación en el estilo moderno, nuestro artista siempre dijo que prefería los errores interesantes al aburrimiento de la perfección. «¿Por qué hay que dedicar tanto tiempo a la corrección de pruebas?», preguntaba al personal de su revista. Las entrevistas que condujo el propio Warhol tenían que ser cuidadosamente «redactadas» por su equipo para que no apareciera publicado nada «demasiado candente».

Aún en 1974, cuando un artículo de *Newsweek* hablaba de que *Interview* estaba ya en «las mesillas de centro lacadas de los seguidores de tendencias internacionales», su autor señalaba que la revista de Warhol consiguió escribir mal el nombre de Jack Nicholson… en la portada. Pero esos pequeños vestigios de rareza eran también parte del éxito de la revista. El aroma de artista extravagante que nuestro artista seguía dejando a su paso hizo que *Interview* nunca perdiera ese toque más convincente que su competencia más convencional.

«No todo era idea de Andy, pero Andy era la revista —dijo un testigo de su apogeo a finales de la década de 1970—. *Interview* no habría tenido el mismo aspecto si Andy no hubiera estado allí. Como en las películas, no hizo nada, pero lo hizo todo. Es muy difícil de explicar. El hombre tenía las ideas, el coraje inicial, aunque todos los demás estuvieran ayudando. Andy era Andy. Andy era el genio».

Años después del suceso, Warhol recordaría su regreso al estudio de Union Square: «Estaba desorientado, porque allí ni pintaba ni filmaba. Simplemente me sentaba en mi pequeña oficina y miraba cómo Paul y Fred se ocupaban del negocio». Sin embargo, al poco tiempo cayó en la cuenta de que al «ocuparse del negocio» (filmar películas con su nombre, vender sus estampaciones y buscarle encargos de retratos), sus peones estaban ejecutando un nuevo tipo de arte por él, del modo en que Malanga y los demás habían ejecutado algunas de sus primeras serigrafías. «Sabía que la obra estaba en marcha, aunque no tuviera ni idea de adónde iba a llegar», escribió Warhol. Esa «obra» corporativa resultó ser la práctica artística más importante que jamás realizara: «arte negocio», llegó a llamarlo, «el paso que sigue al arte». El concepto venía a decir que todo lo que aquel artista hiciera como director de Andy Warhol Enterprises, Inc. —como retratista, como editor, como publicista, como celebridad o como vendedor comercial — se consideraría parte de una obra ilimitada, en parte *performance*, en parte arte conceptual y en parte retrato del mercado internacional en el que vivía.

«Eres un asesino del arte, eres un asesino de la belleza, e incluso eres un asesino de la risa», le dijo un borracho Willem de Kooning a Warhol en una fiesta a finales de los años sesenta. El último de los viejos maestros de Estados Unidos tenía razón; pero no se daba cuenta de que había descrito justo el verdadero y más importante logro que dominaría la carrera posterior de Warhol.

«El arte nuevo son realmente los negocios —le dijo Warhol a un periodista a finales de 1969—. Queremos vender acciones de nuestra empresa en la Bolsa de Wall Street». Eso no ocurrió nunca y es probable que tampoco llegasen a intentarlo. Pero, tras su personaje de

los cincuenta como escaparatista amanerado y tras su disfraz de los sesenta como *hipster* con gafas de sol, su uniforme de los setenta como capitalista recalcitrante, al frente de un gran número de proyectos corporativos, debió de haber parecido adecuado para la época.

«Soy una persona comercial —dijo en un documental que se filmó en los primeros años del estudio de Union Square—. Tengo muchas bocas que alimentar. Tengo que llevar a casa las lentejas».

Casi siempre habló de sus retratos de sociedad como un proyecto puramente financiero, más fáciles y rentables que las otras ramas de su empresa (que lo eran), pero también más irritantes (que también lo eran a menudo): «Si pudiéramos vivir del cine o de las revistas o algo así…, es muy aburrido pintar la misma imagen una y otra vez», confesó cuando ya llevaba la mayor parte de una década haciendo justo eso.

Era igualmente franco sobre la poca implicación creativa que tuvo en las películas posteriores. Desde *Flesh* en adelante, entregó encantado a Morrissey todo el crédito por los largometrajes que salían bajo la firma Warhol. (Con la excepción de *Fuck*, que su ayudante tampoco habría querido en su currículum, de todos modos). Nuestro artista reconoció que su papel se limitaba a poner la financiación y la marca: «Lo gracioso —dijo— es que la gente paga tres dólares porque pone "Andy Warhol"». Sabía que las últimas películas se convertían en verdaderos Warhols —como se las describía casi siempre en la prensa— solo como ejemplos de su nuevo arte negocio, lo que significaba que su papel como director ejecutivo le daba una nueva oportunidad de jugar con las nociones convencionales de autoría, y de socavarlas. Todo esto volvía loco a Morrissey, ya que creía que el único «autor» real de sus películas era él mismo, y nunca pudo entender los más complejos mecanismo de vanguardia que Warhol ponía en marcha al aceptar un papel como una nueva clase de creador corporativo.

El papel de nuestro artista en *Interview* fue también más de supervisión y administración que estrictamente creativo. En 1972, su nombre empezó a aparecer en la portada aun cuando estaba delegando casi todo el trabajo de cada tema a un equipo de subordinados con más o menos talento. Uno de los primeros editores de la revista contó que Warhol ni siquiera se leía los números hasta que salían de imprenta.

El hecho de que *Interview* no diera beneficios no era señal de que hubiese fallado como obra de arte, ni siquiera en términos de arte negocio. La falta de un público que la comprara simplemente la igualaba a otros de los objetos de arte más aventurados que Warhol produjo a lo largo de sus años. Sus pérdidas podrían compararse con el coste de los materiales artísticos empleados en sus cuadros pop más incomprendidos. Como buen integrante de la vanguardia, Warhol

sabía que no debía juzgar una obra por la recepción que tuviera entre el público; la falta de compradores podía ser incluso una prueba de la importancia a largo plazo de una obra, y esto se aplicaba tanto a sus creaciones de arte negocio como a cualquier otro objeto que hiciera. A diferencia de los proyectos comerciales del mundo real, incluido el de la fabricación y venta de cuadros, su arte negocio era un éxito incluso cuando no generaba un centavo.

A mediados de la década de 1970, Warhol (o su escritora fantasma) resumió su posición al respecto con la famosa frase de que «ser bueno en los negocios es el tipo de arte más fascinante. Hacer dinero es un arte y trabajar es un arte y hacer buenos negocios es el mejor arte». Pero, como la mayoría de los aforismos warholianos, no arroja mucha luz sobre lo que realmente quería decir, pues los «negocios» que emprendía rara vez fueron «buenos», al menos si los consideramos en los términos estándar de Wall Street.

La verdadera, y muy warholiana, creatividad fue hacer aquella declaración y no tanto convertirla en realidad: crear el concepto del arte negocio, es decir, que Warhol pudiera producir objetos y ofrecerlos a la venta al tiempo que insistía en que era la oferta, más que los objetos, lo que contaba como arte. Lo que importaba era la *performance*, no los beneficios en efectivo. A principios de la década de 1980, época en la que Warhol era a menudo catalogado como un vendido total, el artista reaccionó inusualmente airado cuando el marchante de sus estampaciones le dijo que debían tener una charla sobre producir ropa de cama de la marca Warhol. «No. No debemos —le dijo Warhol—. Sonny, he rechazado millones de dólares que me han ofrecido por hacer sábanas y fundas de almohada y no voy a aceptarlo por ti». En una entrada inédita de su diario dice que era «asqueroso» que los ricos pudieran gastarse cinco mil dólares en sábanas.

El aforismo de que «hacer buenos negocios es el mejor arte» nos dice menos sobre el verdadero deseo que pudiera tener Warhol de triunfar con su empresa que sobre su afán por avanzar siempre hacia un territorio virgen en el arte, en este caso, vistiéndolo de negocio. Irving Blum contaba que, durante un tiempo, después del tiroteo, estuvo convencido de que la carrera de Warhol había llegado a su fin. «Lo pensó mucha gente —dijo—, y nos equivocamos».

Mucho.

Aunque Warhol solo llegó a sumirse completamente en el arte negocio a finales de la década de 1960, las bases están en los inicios del pop. No en vano, su primera obra de pop art que entró en una exposición de importancia fue aquella imagen de doscientos billetes de un dólar a la que puso un precio de doscientos dólares, acercándose mucho a reducir el arte a su valor de cambio. Sin duda, ese era el mensaje en casi todas las pinturas de Warhol. Hasta las alegres y

aparentemente superficiales *Flores* de finales de 1964 —o sobre todo ellas— fueron descritas por un crítico, que ya escribía en términos casi de arte negocio, como «vacíos contenedores metafísicos que se llenan sin cesar de dinero real, lo que es un triunfo innegable, en términos sociológicos».

También la propia gente de Warhol se tragaba aquella imagen de su obra como fundamentalmente mercenaria. «Para Andy, la pintura no era en absoluto arte, sino una forma de ganar tanto capital como fuera posible —dijo una vez Malanga, en un momento de enfado cuando ya no trabajaba con él—. Lo que menos tenía en mente Andy era el arte, o tenía un sentido muy retorcido o distorsionado del mismo. Lo que hizo pasar por arte solo tardaba unos minutos en ejecutarse (lo que tardaba yo en serigrafiarlo), mientras él recogía la ganancia económica». Malanga no estaba del todo equivocado. Con su rechazo de lo hecho a mano y de la autoría convencional y personal, Warhol llevaba varios años funcionando como director ejecutivo de una «fábrica» de arte, muy en la tradición de otros directores ejecutivos anteriores del mundillo, como Vasari o Rubens. «¿Miguel Ángel era un empresario?», le preguntó un periodista. «Sí, ganaba mucho dinero mientras trabajaba», respondió Warhol. Lo más interesante de la versión warholiana de ese venerable papel es que él lo admitió entre su público mucho más que ningún Miguel Ángel.

Uno de aquellos anuncios que puso en el *Village Voice* en 1966 decía lo siguiente: «Prestaré mi nombre a cualquiera de los siguientes artículos: ropa de AC-DC, cigarrillos pequeños, cintas, equipo de sonido, DISCOS DE ROCANROL, cualquier cosa, cine, equipos de cine, comida, helio, látigos, ¡¡DINERO!! amor y besos ANDY WARHOL, EL 5–9941». Un anuncio público como este (utilizaba el número de teléfono verdadero de la Factory) no puede haber sido solo, o no en su mayor parte, una forma real de atraer dinero o bienes; estaba proclamando que, en adelante, ser un vendido y hacer patrocinio de marca serían estrategias típicas de Warhol. O tal vez sus materiales artísticos más recientes.

Habló en términos bastante claros sobre su objetivo de sacar beneficios de las más esotéricas de sus películas, incluso de las nada vendibles veinticuatro horas de *Four Stars*. De hecho, fue precisamente hablando de los sorprendentes beneficios de *The Chelsea Girls*, justo cuando se estaba trasladando a su nuevo y profesional estudio, cuando afirmó por primera vez que «el nuevo arte son los negocios».

Era un hecho tan conocido sobre Warhol, incluso para el público mayoritario, que ya en febrero de 1968, la revista *Monocle* le estaba invitando a colaborar en una tonta encuesta que planteaba la pregunta «Por qué me he vendido». Como le escribieron los editores, «creemos que nuestra muestra de artistas sería lamentablemente inadecuada si

no estuvieras representado». Aunque para nuestros oídos quizá suene a insulto, no es probable que fuera esa su intención; en aquel momento, el papel que Warhol hacía de sí mismo como artista de negocios estaba empezando claramente a cuajar en la imaginación del público como otra de sus extravagantes ideas.

Puede que, entre lo más puntero del arte, el arte negocio se viera incluso como un brillante y necesario movimiento estético, dada la sensación general de que la creación de objetos había llegado a un callejón sin salida y que el nuevo camino debía ser algún tipo de arte conceptual o de *performance* en el mundo real. El dinero y los negocios fueron temas frecuentes de esta nueva «escultura social», tal como la denominó la estrella del arte alemán Joseph Beuys. (En un cómputo de la cobertura que recibieron en la prensa los artistas en 1983, Warhol quedó en segundo lugar después de él). Una vez que otro colega atacó a nuestro artista describiéndolo como «sin talento, un publicista y no un artista», Beuys salió en su defensa: «Andy Warhol ha sido capaz (y ahí es donde me identifico con él) de incorporar la sociedad, el trabajo y los negocios a su obra».

La idea de «los negocios como arte» estaba ya en juego en el mundillo hacia 1965, cuando el poeta John Giorno, antiguo novio de Warhol, fundó la empresa llamada Giorno Poetry Systems como una forma de «jugar con modelos corporativos», tal como él lo expresó. En pocos años, la prensa de arte estaba mostrando en sus portadas a Iain e Ingrid Baxter, de Vancouver, como N. E. Thing Co., desde donde ofrecían servicios (pseudo)corporativos de todo tipo y lo llamaban arte. (Warhol guardó algunos anuncios de sus eventos). En Nueva York, Les Levine, conocido y joven rival de nuestro artista, dirigía un restaurante que había abierto como obra de arte. También llegó a comprar quinientas acciones de una inversión volátil y declarar que las ganancias o pérdidas contarían como una obra de arte.

Para 1969, la revista *Life*, nada menos, publicaba tranquilamente un artículo completo sobre estos manejos de dinero a los que jugaban los artistas. Es casi seguro que fue escrito por David Bourdon, colaborador de la revista y amigo cercano de Warhol, y citaba la obra de la inversión en bolsa de Levine y otra pieza que consistió en pedir al Museo Whitney que avalara su colección por cien mil dólares y que invirtiera en Bolsa aquella cantidad… como arte. Esa pieza era de Robert Morris, cuya escultura *Slab* estuvo colocada frente al cuadro de los dólares de Warhol en la misma exposición colectiva que dio a conocer por primera vez su pop art, allá por 1962.

Este era el contexto del mundo artístico en el que nació la noción de arte negocio de Warhol, que desveló como el último ejemplo de su desesperado deseo de mantener el ritmo de sus colegas y de lograr que mordieran el polvo. Mientras que los artistas de negocios de la lista

que hizo *Life* realizaban su trabajo corporativo principalmente en museos y galerías, como un guiño a su público de conocedores, Warhol se zambulló en las profundidades del mundo empresarial real, generando una deliberada confusión entre las categorías de «negocios» y «arte» como nadie lo había hecho antes.

Eso hizo posible que el crítico John Perreault, ya a principios de los años setenta, escribiera sobre cómo «el negocio del arte, como Warhol ha insinuado a través de sus obras, puede ser un tema del arte» y cómo «el propio sistema del arte puede ser, en sí mismo, un medio artístico. En una cultura de los negocios, el negocio del arte puede convertirse en un comentario eficaz no solo sobre el arte, sino sobre los negocios y sobre la cultura de los negocios». O según lo expresó otro crítico por la misma época, después de contemplar el nuevo estatus de Warhol como mercancía corporativa: «Andy, fusionando la vida y el arte más íntimamente de lo que cualquier dadaísta o surrealista hubiera podido imaginar, es la encarnación del *Zeitgeist*».

Sin embargo, para nuestro artista, el arte negocio no era una pura abstracción, ni una especie de presunción fácil, como para sus colegas conceptualistas. Inyectaba las mismas dosis de minuciosa maestría cuando emprendía su nueva producción corporativa que cuando creaba cuadros o películas. Era consciente de que, una vez que decidía iniciar un proyecto de arte empresarial —y había muchos que dejaba por el camino—, este debía estar bien realizado. Según uno de sus empleados de 1969, «los consultores de empresa se sorprendían siempre de lo bueno que era Andy entendiendo realmente los conceptos básicos de un acuerdo y explicándolo, y Andy era de verdad muy bueno en eso».

Warhol empezó en el arte negocio con proyectos solo falsamente comerciales —aquellos anuncios publicitarios en el *Village Voice*; el perfume You're In—, y otros posteriores no fueron mucho más creíbles. En realidad, nadie iba a alquilar a ninguna de sus superestrellas a cinco mil dólares cada una. Pero no transcurrió mucho tiempo hasta que la nueva versión de Warhol en Union Square empezara a tantear en todas direcciones en busca de oportunidades comerciales. Intentó que la televisión alemana le pagara seiscientos dólares por minuto en cámara. (Los productores se negaron). Aceptó patrocinar objetos para la venta de todo tipo, desde ladrillos con la marca Warhol hasta un jabón en forma de Marilyn y moldes warholianos de gelatina. (Siempre le encantó la gelatina). En 1976, el catálogo de una puntera galería comercial vendía sus servicios como cineasta privado por ciento cincuenta mil dólares; una década más tarde, otro catálogo ofrecía sus retratos personalizados, a treinta y cinco mil dólares cada uno, en un proyecto promocionado por la colonia Aramis. (Quienes los compraran recibirían también, «gratis»,

la reproducción de su retrato en novecientas tarjetas navideñas).

Al año siguiente, Warhol lo tenía todo preparado para abrir el primero de una cadena de *diners* con el nombre de Andy-Mat. «Son para personas que comen solas —había explicado tres años antes, cuando empezó a trabajar en la idea—. Te sientas en una mesita, pides el tipo de comida congelada que quieras y ves la televisión al mismo tiempo. Cada uno tiene el suyo propio». En el prospecto final del inversor y en los dibujos del arquitecto —producidos por un destacado seguidor de I. M. Pei, el gran racionalista—, los televisores no aparecen. (Los patrocinadores de Warhol quizá se dieron cuenta de que podían ganar dinero con clientes menos solitarios). Pero el concepto de la comida congelada seguía vigente: «La tecnología de descongelación por etapas, tiempos de calentamiento y temperaturas variadas para cada alimento, garantizan que cada plato llegue a la mesa en su máxima perfección precongelada». Todo estaría bajo el «control artístico total» de Warhol, lo que quizá fue un error: pretendía que su *diner* sirviera champán francés y cócteles originales, pero en mesas estilo pop cuya cubertería incluiría un «recogedor» de restos de comida infantil. Se hicieron planes de expandirse a cinco ciudades estadounidenses, a París —y, en algún momento, también a Londres y Tokio—, pero el proyecto se abandonó al encontrar Warhol alguna clase de problema inmobiliario con el que debía ser su local insignia, en Madison Avenue.

Entre otras ideas corporativas que nunca llegaron tan lejos (afortunadamente) están una cadena de tiendas de productos de un solo color, una línea de maquillaje Warhol y también corbatas hechas con los descartes de sus cuadros. Nunca fue fácil saber cuáles de ellas habían de tomarse como simples propuestas comerciales y cuáles eran conceptos de arte negocio. Pero la cuestión es que, con nuestro artista, ambas posibilidades estaban exquisita y angustiosamente entremezcladas.

Cualquiera que tuviera un concepto más tradicional del arte podría descartar su nueva personalidad y práctica corporativas como venalidad pura. Cuando se publicó *a: a novel*, en invierno de 1968, el reseñista de *Newsweek* criticó que, en realidad, la obra no era en absoluto de Warhol: «Ni la ha editado ni la ha escrito; tan solo la ha comercializado». Pero, claro está, eso era lo que la convertía tan claramente en una de sus nuevas obras; eso y el hecho de que incluso teniéndolo a él como herramienta de marketing, la novela tenía muchas posibilidades de seguir siendo un fracaso comercial.

Incluso su querida amiga Brigid Berlin experimentó dificultades para hacerse a la idea de que su nuevo modelo de arte negocio era arte genuino. Puede que ella hubiese cultivado cierta extravagancia en su persona, pero su falta de formación artística la dejó varada en los

confines de la «escultura social», donde Warhol se estaba instalando. «Creo que Andy es un genio de los negocios. No creo que sea un artista. Está en un campo propio. Debería estar en una ciudad como Chicago, en un edificio grande y alto, con su oficina y sus secretarias —decía Berlin en un vídeo filmado en 1971, cuando Warhol aún no había llegado demasiado lejos con su arte negocio—. Me molesta mucho cuando solo habla de dinero […]. Si intento hablar de arte con Andy, me desvía la conversación. La desvía completamente». Warhol era consciente, y Berlin no, de que la forma más interesante de hablar de arte, en ese momento, era hablando de dinero. La verdad es que la mayor parte del mundillo tampoco fue capaz de seguirlo hasta ahí.

Solo los fans más sofisticados de Warhol lograron ver que su nueva práctica en el mundo de los negocios podía estar insinuando también una crítica al mismo. Los primeros objetos pop de nuestro artista ya habían «expuesto la mecánica de pacotilla tanto del arte contemporáneo como de la sociedad», como escribió su amigo izquierdista Gregory Battcock. Su rechazo final hacia todas las clases de arte —de la «propia forma arte»—, decía este, era la siguiente respuesta más apropiada a «un mercado del arte y de la cultura que ha degradado cualquier mínimo significado que pudiera tener la creación de cuadros». Al declarar que el arte negocio era el «paso que viene después del arte», Warhol lo establecía como un repudio de lo que hubo antes. Aquella idea de John Perreault de que «el negocio del arte puede convertirse en un comentario eficaz no solo sobre el arte, sino sobre los propios negocios y la cultura de los negocios» insinúa que ese «comentario» es también una condena.

La crítica que llevaba implícita el arte negocio funcionaba también como cierta autoprotección: Warhol no podría ser acusado de vendido una vez que había declarado que venderse era una obra de arte con una crítica incorporada. Cuando su enfermedad final estaba ya acabando con él, un joven crítico seguía lidiando con el hecho de que incluso la obra del artista que era evidentemente «mala» y que sin duda había hecho solo por razones comerciales (un montón, en sus últimas décadas) podría, en realidad, funcionar como una superlativa obra de arte negocio. ¿Qué podía hacer un fan, se preguntaba el crítico, con el hecho de que el último autorretrato realizado por Warhol (que fue su último, de hecho) «haya sido reproducido en lienzos de tamaño pequeño, mediano y grande, y en camisetas (solo en talla XXL) y utilizado en un anuncio de servicios de correduría para inversores individuales»?

En 1917, Marcel Duchamp había tomado un humilde urinario y, simplemente por declarar que era arte, lo convirtió en la obra más influyente del siglo XX. Cinco décadas después, Warhol propuso tratar los lanzamientos de producto, las notas de prensa y las hojas de

cálculo como arte, y tuvo un efecto igual de profundo en los cincuenta años que siguieron.

En una foto de moda con su equipo, con aspecto formal, y Archie, el perro salchicha.

40
1970–1971

UNA RETROSPECTIVA DE WARHOL (OTRA VEZ) | BOB COLACELLO Y VINCENT FREMONT SE UNEN AL EQUIPO | ANDY WARHOL, EL SUPERCOMPRADOR | NUEVOS MECENAS: SANDY Y PETER BRANT | *L'AMOUR* Y SU PANDILLA | VIDA VIP | FRACASOS TEATRALES: *ANDY WARHOL'S PORK* Y *MAN ON THE MOON*

«Ahora solo se rodea de gente trajeada. A los demás nos han echado».

A principios de mayo de 1970, la que posiblemente fuera la exposición más importante de la vida de Warhol estaba a punto de inaugurarse, y un periodista del venerable *Los Angeles Times* apenas consiguió que le explicara nada de ella. Los comentarios de nuestro artista, en cambio, deambularon entre su visita a las entrañas de MGM, a su amor por la abstracción o a la última película inverosímil que estaba intentando vender: *Specimen Days*, una comedia sobre los días de Walt Whitman como enfermero en la Guerra Civil. Pero sobre «Andy Warhol», la primera retrospectiva de su obra en Estados Unidos, que estaba a punto de inaugurarse en el Museo de Arte de Pasadena —el mismo donde en otros tiempos había asistido a la primera exposición estadounidense de su héroe Marcel Duchamp—, todo lo que Warhol dijo fue que no era lo que esperaba. «Yo quería que la muestra de Pasadena fuera una imagen: el papel de pared de las cabezas de vacas. Una imagen. Eso habría estado bien. Mantén la misma cosa y no la cambies». Eso era todo lo que él deseaba que el mundo viera de su obra, en una retrospectiva programada para recorrer los museos más notables de Chicago, Eindhoven, París, Londres y, finalmente, Nueva York.

Había deseado saltarse la inauguración de Pasadena, pero al final acabó apareciendo, y resultó que los artistas más importantes de Los Ángeles no se presentaron, casi como si ya no fuera necesario ver su antiguo pop art. Se encontró, en cambio, a una multitud formada por gente de sociedad, así que se dirigió al comedor privado del director y allí desaparecieron su séquito y él, en una nube de humo de marihuana.

«Yo quería que me dejaran hacer algo nuevo —se había quejado Warhol por teléfono a un amigo incluso antes de llegar a Los Ángeles

—. Pero me dijeron que era una retrospectiva, y que una retrospectiva significa que tienes que mostrar todas esas cosas viejas. Así que supongo que está bien. Pero preferiría haber hecho algo nuevo, actualizado». En cualquier caso, y para disgusto del comisario de arte, sí insistió en limitar la «exposición» a muy pocas series de sus obras seriales (las *Sopas Campbell's*, *Muerte y desastres*, las *Cajas de Brillo*, las *Flores* y los retratos), como si quisiera reducir el impacto de las piezas. Al agrupar cada una de las series en una sola pared, Warhol se acercó cuanto pudo al efecto de papel de pared que tenía en mente.

Todavía más se acercó un año después, cuando la muestra se expuso en Nueva York, ocupando el cuarto piso entero del Museo Whitney de Arte Estadounidense, cuya inauguración también esperaba ahorrarse. Esa vez, Warhol sí consiguió cubrir el espacio entero con vacas, del suelo al techo, y pagó de su propio bolsillo el papel suficiente para cubrir incluso las extrañas ventanas racionalistas del museo. Después colgó sus lienzos pop sobre el empapelado, «en cuya superficie chillona y asertiva casi se ahogan las pinturas», lamentó el crítico conservador Robert Hughes en la revista *Time*.

«Lo pusimos así para que la gente pudiera ver la muestra en un minuto y marcharse —le dijo Warhol a un periodista que hacía el recorrido por la exposición—. Está muy pasada de moda, de verdad. Ahora que las has visto, vamos a Schrafft's, está cruzando la calle». (Una vez allí se tomó un vodka solo).

De hecho, dijo Warhol en otra ocasión, él quería pegar el papel pintado al revés, con las vacas mirando a la pared, y dejar así su supuesta retrospectiva. «Porque sería más interesante de esa manera —aseguró—. Tienes que hacer algo que esté actualizado y sea distinto. Lo que hagas fuera de Nueva York no importa. Lo que importa es Nueva York. Es el mundo del espectáculo».

Y el «mundo del espectáculo» —el verdadero mundo del espectáculo de Warhol, el del arte «interesante»— no le permitía vivir en el pasado, como un miembro del estamento artístico oficial que mereciese retrospectivas. Lo último que deseaba era unirse a Jasper Johns y Robert Rauschenberg como uno de esos «príncipes decadentes que presiden un mundo del arte en desaparición», que es de lo que lo había acusado su antiguo novio, John Giorno. Poco antes de que se inaugurara su exposición en el Whitney, una de sus *Latas de sopa* había llegado hasta la portada de un cómic de *Archie* y, poco después, un crítico describió a Warhol como «probablemente el artista más famoso del siglo XX», mientras otro dijo de sus obras pop expuestas en el museo que «generan nostalgia como un montón de reposiciones antiguas de televisión». Todo ello era una señal (buena o mala) de que la decadencia del principado estaba en camino. Lo singular es que, en ese momento en concreto, para poder salirse de los estamentos del

arte consolidado, Warhol tenía primero que unirse al estamento verdaderamente establecido, o al menos parecerlo.

En la inauguración en Pasadena, llevaba una chaqueta de cuero e iba rodeado de acólitos vestidos con «sus mejores galas hippies», dijo un periodista, como parte de una escena «que te explotaba la cabeza». Un año después, en el Whitney, vestía una camisa de cuadritos vichí de muy buen gusto bajo un suéter con cuello de pico y una chaqueta deportiva de pana digna de cualquier universitario de la Ivy League. A su lado, la típica rubia explosiva.

Justo cuando la muestra del Whitney estaba a punto de inaugurarse, *The New York Times* publicó un artículo que decía que Warhol deseaba dejar «la repugnancia y la violencia» que habían impulsado el arte de la década de 1960 para «comenzar de nuevo, sin las trabas de la reputación encostrada del "antiguo" Andy Warhol». De ahí su decisión, decía el *Times*, de cambiarse el nombre, demasiado conocido, por el de John Doe [don nadie].

«Las cosas habían cambiado —diría después Warhol, recordando los meses finales de la década de 1960 en la última página de sus memorias sobre la época, que se publicaron en los albores de los ochenta de Reagan—. La moralidad y las limitaciones contra las que se rebelaban las primeras superestrellas parecían entonces tan lejanas, tan irreales como a todos nos parece hoy la era victoriana». En la nueva carrera que empezaba tan solo a emprender después del pop, Warhol se aferró a la no rebeldía como novedad y le fue fiel. Si bien una vez confesó que los disparos, y el nuevo conservadurismo que estos desencadenaron en su círculo, habían matado su creatividad, también resultó que esta misma postura iba a proporcionarle un nuevo modelo creativo.

La antigua actitud vanguardista de Warhol se había construido en torno a la amenaza que representaba para el *statu quo*, pero, en ese momento posterior, el convencionalismo se había vuelto ya suficientemente vulnerable sin que nuestro artista tuviera que seguir cargando contra él. Ya no tenía que llevar una chaqueta de motorista para escandalizar a la burguesía, cuando había bastantes motoristas de verdad en las carreteras de la nación. (O al menos eso decían las nuevas películas descarnadas). El neoyorkino medio no necesitaba las películas de Warhol para ver locos y drogadictos; ya podía encontrar muchos de ellos bajo las farolas fundidas de Central Park. Una nueva década amanecía, las heridas de nuestro artista estaban finalmente cerrándose y él parecía decidido a forjarse una nueva ecuanimidad, tanto en su obra como en su vida, como un escudo contra la clase de caos y la provocación en los que se había deleitado, e incluso cultivado, durante sus días en la Factory, y que claramente estaban pasados de moda.

Muy a principios aún de los años setenta, Mickey Ruskin, propietario del otrora radical Max's Kansas City, se lamentaba de la «deriva general hacia la derecha que se vive en el país» y que hacía que su clientela se estuviera volviendo «familiar», y de cómo hasta Warhol había dejado de frecuentar el lugar, excepto para la ocasional «comida de negocios», la cual difícilmente habría sido común en la época de la Silver Factory.

Las famosas fotos que le hizo Avedon en el otoño de 1969 —Warhol con chaqueta de cuero rodeado por su pandilla de libertinos de la Factory, entre ellos veteranos como Malanga, Taylor Mead, Eric Emerson y Viva— están más próximas a recrear un pasado *underground* que a documentar el ambiente real de Warhol en su nueva y ordenada oficina de Union Square. En lo que es claramente un ejemplo de revisionismo histórico, nuestro artista llegó a afirmar que, ya en la década de 1960, no se había sentido atraído por la rebelión en sí: «Era parte del negocio […]. Lo que me atraían eran las personas que hablaban».

Mead recordaba que Warhol abandonó a toda la «gente rara» como él después del tiroteo. «Ahora solo se rodea de gente trajeada. A los demás nos han echado». David Bourdon y Ondine hablaron por teléfono pocas semanas después de la inauguración del Whitney, y comentaron que Morrissey, aquel monótono conservador, había «arruinado» al otrora radical Warhol:

BOURDON: Nunca volverá a ser lo que era.
ONDINE: Es horrible verlo en la calle, ser amigo suyo y darse cuenta de que se hace el loco […]. ¿Se ha corrido?
BOURDON: No, en los setenta no está pasando nada. Los setenta son deprimentes.

Y, sin embargo, un par de meses después, Bourdon estaba al teléfono con el propio Warhol burlándose de que sus amigos Yoko Ono y John Lennon siguieran usando expresiones de los sesenta como «te explota la mente» —ya pasadas de moda para entonces— y comentando que la pareja necesitaba desesperadamente dar con una nueva «imagen de los setenta».

«Sí», dijo Warhol, feliz de estar de acuerdo, pues ya había encontrado una imagen propia. Fred Hughes lo había ayudado a perfeccionarla. Este empezó a usar corbata para ir al trabajo cuando Warhol estaba en el hospital y, después, consiguió que su jefe se uniera a él como mecenas del mejor *cravateur* de Nueva York, que le hizo sustituir su devoción al cuero. De hecho, en su visita a «Raid the Icebox» en Houston, el territorio de Hughes, Warhol vistió un traje cruzado digno de Clark Gable, complementado con una pajarita de seda con estampado de lunares, nada menos. Una vez que un amigo suyo criticó a un magnífico actor de películas de acción de Hollywood

al que Warhol admiraba diciendo que era un sinsustancia, «no te apetecería hablar con él», el artista respondió: «¡¿A quién le importa?! Así son los setenta». Dicho por el hombre que, en los sesenta, había construido toda su escena en torno a los «conversadores».

Para el otoño de 1972, Warhol le contaba a su diario que «estamos intentando pulirnos y acicalarnos, llevar corbata». Cuando su pandilla y él se presentaron en el festival anual de cine de Venecia, *Vogue* dijo de ellos: «Verdaderamente muy convencionales, estos días […] vestidos muy clásicos». En las fotos de la revista se ve a Warhol con un aspecto bastante véneto vistiendo un *blazer* blanco y cuello alto negro, y a Fred Hughes todo con ropa blanca estilo 1920, lo que le valió el pie de foto: «¡¡Muy Scott FitzG.!!». Un par de años más tarde, una revista italiana de moda ponía a Warhol como líder de la «vuelta al conservadurismo» del estilo masculino. Incluía una cita suya elogiando el aspecto de «universitario», pero poco tiempo después se había vuelto muy pijo: vaqueros con corbata y una camisa de Brooks Brothers… blanca (nadie las llevaba desde los años cincuenta).

«Toda una generación está preparada para descubrir la camisa blanca, que no ha usado nunca», señalaba en una columna su vieja amiga Eugenia Sheppard. Hughes llegó aún más lejos en su estilo de la alta sociedad —al menos tal como lo imaginaba él—, y adoptó un vestuario típico de Mayfair que acabó incluyendo trajes importados de Savile Row, zapatos Lobb y la colonia Blenheim Bouquet de Penhaligon.

Brigid Berlin, la única warholiana nacida entre mansiones, ya estaba mostrando su oposición a esta transformación un par de años antes: «Lo encuentro todo realmente tan falso que no puedo soportarlo. Fred se pone a bailar el vals por la sala, se desliza como Willy Durant, el profesor de baile de los años cincuenta».

El oropel hollywoodiense contagió también la decoración del estudio. Poco más de un año después de estrenarlo, el espacio dejó de parecerse a la amplia sede de un arquitecto moderno y empezó a recordar a la oficina de algún agente cazatalentos. Los cristales de las enormes ventanas que cubrían todo un lado del loft se cubrieron con grandes láminas espejadas. La pared de la entrada frente a esos cristales —la trasera del vestíbulo recién construido «por seguridad»— también se hizo reflectante, de modo que cualquiera que se pusiera en medio veía su dulce y hermosa persona reflejada *ad infinitum* de un lado a otro. En otras paredes del estudio se colgaron enormes fotos de estrellas de cine, imágenes en color de talentos clásicos de la época dorada de Hollywood (Joan Crawford, Katharine Hepburn, Ginger Rogers, Shirley Temple) y de nuevos talentos warholianos como Dallesandro y Viva, todos fotografiados en un primer plano típico del mundo del espectáculo.

La parodia de Hollywood que operaba en la Silver Factory —piénsese en Mario Montez como Jean Harlow— se convirtió en simulación y homenaje en el estudio de Union Square.

Warhol reflexionó sobre el atractivo que guardaba el set de rodaje en una de sus visitas al propio Tinseltown, a principios de la década de 1970: «Caminas por allí y todo es de fantasía, pero parece real. Sabes que aquellas estrellas de cine estuvieron en aquellos sets durante treinta años e hicieron películas y nunca salieron del mundo de la fantasía, pero llegaron a ser todo lo que querían ser y nadie resultó herido. Tal vez la fantasía sea la respuesta: nadie resulta herido».

Al menos durante un tiempo, el trío de travestis le proporcionó la dosis concreta de artificio inocuo hollywoodiense que Warhol necesitaba. El hecho de que fueran «bichos raros», por usar el propio término de nuestro artista, los convertía en el último vínculo con el extremismo de la Silver Factory (así es como Avedon los retrató en 1969). Pero su rareza estaba articulada en torno a la imaginería e incluso los valores del convencionalismo estadounidense que Warhol estaba empezando a abrazar.

Las heroínas y modelos de aquel trío fueron Kim Novak y Rita Hayworth, no Georgia O'Keeffe y Gertrude Stein, y mucho menos Valerie Solanas. «Creo que Kim Novak simplemente se apoderó de mi vida y, en realidad, viví a través de ella», dijo una vez Candy Darling, añadiendo que Loretta Young era, para ella, otro modelo, «porque era bella y refinada, y eso ya no se ve entre las mujeres […] pero en aquellos días, ese era el ideal». Es posible que la peculiar mezcla de transgresión y reacción que representaban los travestis contribuyera a alejar a Warhol del cuero negro y acercarlo a Lacoste. Aquella rubia explosiva que había acompañado a nuestro artista vestido de pijo en su inauguración del Whitney era, de hecho, la propia Darling.

Una vez que Warhol finalizó este desplazamiento entre culturas, los travestis fueron desplazados también hacia los márgenes de su vida, donde se mantuvieron solo durante el tiempo que Morrissey continuó dándoles papeles en películas.

«Puesto que *inter/VIEW* era la revista de Andy Warhol, la nostalgia se percibía como novedad, el rechazo de la vanguardia como el colmo de la vanguardia», dijo el periodista Bob Colacello. Formó parte del personal editorial, y a veces de su dirección, durante gran parte de la década de los setenta. Era un entregado soldado en el «rechazo de la vanguardia» warholiano, aunque, igual que Fred Hughes y Paul Morrissey, puede que estuviera más comprometido con la parte de rechazo que con su potencial de vanguardia.

Colacello era un italoamericano de segunda generación, mucho más estadounidense que italiano, que había sido criado entre la clase media de las afueras de Long Island. («Lo único italiano que le queda a mi familia es que comemos pasta», dijo una vez). Su padre trabajaba en el comercio de materias primas y su madre vendía vestidos de noche en la sucursal local de Saks Fifth Avenue, y la vida cultural de la familia con Manhattan se limitaba a una visita semestral al Radio City Music Hall. Así que el contacto de Colacello con la Silver Factory de Warhol tuvo que ocurrir en Washington D.C., cuando se matriculó en Relaciones Internacionales en la aburrida Universidad de Georgetown. Era uno de sus alumnos más rebeldes —lo cual no significaba mucho—, pues se dejó el pelo largo, fumaba y vendía marihuana, y fue a ver *The Chelsea Girls* una y otra vez. Para cuando terminó sus «estudios», la carrera diplomática le parecía menos atractiva que la vida de cineasta, así que se trasladó a Nueva York y se inscribió en un programa de posgrado de Columbia, para disgusto de sus «muy republicanos» padres. Durante sus estudios, algunos textos que había escrito para un periódico independiente le habían granjeado una colaboración para *Interview* y una invitación para visitar Union Square después de las clases. Su padre le prohibió inmediatamente que asistiera a aquella reunión: «No te voy a romper solo la cámara de cine, sino que te voy a romper las piernas si vas a trabajar para ese loco». Colacello, claro está, aceptó la invitación, para lo cual tomó el tren desde la casa de sus padres en Long Island.

«Me sentí como Lana Turner o Troy Donahue o como si hubiera recibido una llamada de Louis B. Mayer o Jack Warner —contaría después—. Subí a la Factory y me abrieron con un intercomunicador porque había una puerta blindada. Allí estaba Andy Warhol, sentado en su escritorio comiendo puré de verduras de la tienda de comida saludable Brownies. Me dijo: "¡Hola! A Paul Morrissey le gustan tus cosas. ¿Quieres algo de comida?"».

La relación maduró muy lentamente, Colacello enviaba piezas a *Interview* solo en ocasiones, pero en poco tiempo las cosas se pusieron serias. En Columbia, había estudiado con Andrew Sarris, el crítico de cine del *Village Voice*, quien consiguió que sus alumnos se hicieran cargo de algunas de las numerosas reseñas que necesitaba el semanario. En octubre de 1970, se pidió a Colacello que cubriera la última película de Morrissey, *Trash*, y escribió un dudoso texto muy de estudiante, cuya primera frase alcanzaba las ochenta palabras, las comas estaban esparcidas al azar y había alusiones sin ton ni son a nombres conocidos. Sin embargo, una frase elocuente llamó la atención del equipo de nuestro artista y, ciertamente, de Morrissey: *Trash*, decía Colacello, era «la mejor película de Warhol hasta la fecha». *Interview* acababa de perder a su editor, un contacto poco

fiable y parece ser que algo ladrón de los días de la Silver Factory; aquel entusiasmo mostrado por *Trash* hizo que de algún modo Colacello, sin experiencia alguna en edición, pareciera el nuevo reemplazo perfecto, según la estrategia de gestión «hazlo a las bravas» que Warhol mantuvo toda su vida (y que tenía la ventaja adicional de que costaba mucho menos que contratar a personas cualificadas).

En un papel o en otro, Colacello se pasó los doce años siguientes con Warhol. Como republicano acérrimo, se unió a Morrissey en el empeño de alejar a la empresa de sus orígenes de la década de 1960. No mucho después de subir a bordo, este antiguo camello de marihuana lideraba a todo el equipo de *Interview* como una mofa de los porretas que habían formado parte de la pandilla unos años antes, cuando los protegidos de Warhol fumaban marihuana en el set de *Lonesome Cowboys*. «Si alguien se atrevía a entrar en esa Factory [de Union Square] y se le ocurría encender un porro, lo echaban —recordaba Jane Holzer, que había reaparecido en el nuevo mundo higienizado de Warhol—. Estuve con Andy en un taxi, alguien se encendió un porro y a él, simplemente, le dio algo. No quiere ni olerlo. Le molesta de verdad».

Casi al mismo tiempo que Colacello se incorporó a la plantilla otro puritano que terminó quedándose aún más tiempo. Era Vincent Fremont, «el señor Fiabilidad, Vincent Rectitud, con sus gafas de carey, un hombre de empresa hasta la médula, trabajador, diligente, leal, bueno», lo describiría después el italoamericano. Fremont era de San Diego, su padre era artista y lo había llevado con doce años a ver la exposición de las *Latas de Sopa* en la galería Ferus de Los Ángeles. El muchacho llegó a Union Square en agosto de 1969, con diecinueve años, como integrante de Babies, una banda falsa —«teníamos ideas, éramos conceptuales»— que formaba parte del séquito de los Beach Boys. En Nueva York, los otros dos no músicos de la banda quisieron ver la escena de Warhol, de la que ya habían probado un bocadito aquella primavera, y Fremont se las arregló de alguna manera para quedarse en Union Square como un factótum. Comenzó por la habitual primera tarea de barrer los suelos y, después, fue encargándose ocasionalmente de trabajillos como escritor o lector de guiones. Para llegar a fin de mes trabajaba en Paradox, el famoso restaurante macrobiótico donde había trabajado Yoko Ono. Por la noche, se unía a la pandilla Warhol en Max's. «Solía decir que yo fui a la Universidad de Andy Warhol —contó Fremont—. No fui a la universidad. Él tenía una ética de trabajo a la antigua, empezabas desde abajo e ibas ascendiendo».

Fremont entró en el estudio a principios de 1971 y se consolidó como un miembro estable y vitalicio del círculo íntimo de Warhol. Si Fred Hughes era el falso inglés del equipo, el recién llegado terminó

asumiendo un estilo totalmente estadounidense que estaba entre «la Ivy League y el dueño de una plantación», según un admirador. «Camisa azul pálido con el cuello blanco, mocasines, trajes de lino». Tenía los modales de un «contable yuppie modélico», según otro testigo, y, de hecho, se hizo cargo de la tarea de llevar los libros de contabilidad del estudio. «Había montones de facturas. Yo las esparcía por el suelo y trataba de ponerlas en algún tipo de orden —recordaba —. Y entonces Andy empezó a emitir cheques a regañadientes». En no mucho tiempo nuestro artista le había otorgado el glamuroso título de vicepresidente de Andy Warhol Enterprises, con la poco glamurosa labor de mantener algún tipo de orden en la panoplia de sus asuntos. Otros miembros de la plantilla pudieron dar la vuelta al mundo con Warhol, pero él se quedó a cargo de las tareas de la casa, «esposado al escritorio», como él mismo dijo, sin un solo viaje al extranjero.

Fremont tenía un segundo papel que le agradaba más, y probablemente a su jefe también: se hizo cargo de los intentos y variados empeños del estudio en el mundo de la televisión y el vídeo, muchos de los cuales nunca llegaron a dar frutos. Warhol adquirió una de las primeras grabadoras Sony Portapak y un equipo de vídeo más profesional que montó en un extraño carro de audiovisuales, con iluminación incorporada. Fremont se daba una vuelta con el carro cada vez que le parecía que había que grabar un diario de la Factory, que era casi siempre. «No estaba pensado para su distribución, era una crónica, un diario», contaba Michael Netter, un joven pintor y camarógrafo que había estudiado en Georgetown con Bob Colacello. Fue él quien le mostró a Warhol la nueva tecnología del vídeo, y luego se unió al equipo para ayudarlo a usarla. La televisión se estaba convirtiendo tanto en un medio como en un tema aceptado para el arte avanzado, y nuestro artista no estaba dispuesto a quedarse atrás. Netter explicaba que Warhol fingía ser tecnófobo, cuando en realidad llegó a conocer el equipo del estudio del derecho y del revés. «Me pagaban, pero no pensaba en ello como un trabajo», aseguraba.

Aparte de grabar hora tras hora a un Warhol trabajando y actuando, Netter y Fremont lograron captar la famosa visita de un jovencísimo David Bowie, ataviado con candados y merceditas amarillas, que hizo un numerito de mimo que dio un poco de vergüenza ajena y fue ignorado por Warhol. «La mímica estaba muerta y Bowie era muy malo —dijo Netter—. Y jamás deberías hacer de mimo ante Andy Warhol, el señor Ironía». Los vídeos registran también las visitas de Paloma Picasso, que hizo un «estriptis inverso», de desnuda a vestida, según contaba Netter, así como de un tal Neke Carson, que pintó un retrato de Warhol sujetando un pincel en el recto. En el vídeo, se le ve disparando una Polaroid detrás de otra de su retratista anal hasta que finalmente rompe su silencio: «¿Alguna vez te han dado ganas de ir al

baño cuando estás haciendo esto?».

Fremont se encargó de supervisar algunos proyectos de vídeo que estaban destinados a publicarse, pero que rara vez encontraron un público, al menos durante los primeros años que él pasó allí. El proyecto *Nothing Special* de Warhol se negaba a morir como concepto, y pronto se estaba planificando junto con otros como *Nothing Serious* (un programa híbrido de cocina y variedades, con telenovela incluida), *Phoney* (sobre farsantes a los que les gusta hablar por teléfono) y *Fight* (peleas de amigos). «Todo lo que hacíamos aquellos días era desarrollar ideas —dijo Fremont—. Andy no estaba interesado en salir en la televisión por cable», o quizá no estaba interesado porque no tenía acceso, al menos al principio. Finalmente, el sandieguino y sus colegas lograron colocar un par de proyectos en la televisión pública por cable, algunos anuncios en *Saturday Night Live* y, justo antes de que Warhol muriera, un programa de variedades propio en la MTV.

La dirección de Andy Warhol Enterprises estaba completa.

El cometido de Fred Hughes era encontrar clientes para posibles retratos u otros encargos de obra nueva, y a veces para venderles las obras antiguas de Warhol: la obra plástica, del tipo que fuera, seguía siendo el núcleo de las ganancias del estudio, y generaba menos gastos. Bob Colacello tenía *Interview* más o menos bajo control. Vincent Fremont se ocupaba del incipiente negocio de la televisión y de gran parte de la administración y finanzas del estudio. Paul Morrissey producía su peculiar línea de películas semiconvencionales de «Andy Warhol» y operaba más como socio que como empleado, pues conservaba un porcentaje de beneficios de sus proyectos.

Y Andy Warhol, en la cima de esta pirámide corporativa, estaba ocupadísimo… comprando.

Había sido un acumulador incansable al menos desde mediados de la década de 1950, pero su afán de coleccionismo se disparó en los años posteriores a su atentado. Puede que el nuevo trauma experimentado por su cuerpo hiciera aflorar las tendencias obsesivas que llevaban latentes desde su enfermedad en la infancia. Durante su estancia en el hospital, consiguió que Fred Hughes guardara los sellos de todo el correo que le llegaba, para una «colección» que nunca habría valido la pena conservar. (Aún existe). Jed Johnson contaba que, una vez que estuvo recuperado por completo, casi todos los días dedicaba al menos dos o tres horas a comprar cosas. (Tener «personal» debió de liberarle la agenda). Llegó un punto en que daba la sensación de que pasaba más tiempo de tiendas que en el estudio, especialmente porque este se hallaba justo en la calle con mayor concentración de

anticuarios de la ciudad. Incluso cuando Warhol estaba trabajando en su oficina, se le acercaba gente desconocida para tratar de venderle algo: «Una alfombra oriental, carteles de películas antiguas o cuadros malos de otra persona», recordaba un periodista que estuvo en el estudio. En cuanto nuestro artista aparecía en los centros de venta de antigüedades de Nueva York, los comerciantes acudían corriendo con posibles ofertas; otros se quedaban esperando en sus puestos a que él llegara mientras iban subiendo el precio de cualquier objeto que probablemente fuera a desear.

Hablando por teléfono con un amigo, Warhol se lamentaba por no ser lo bastante selectivo: «Compro cualquier cosa, eso es lo que me pasa». Tenía razón, excepto que, en su compleja psique, el acumulador maniaco vivía al lado de un inteligente entendido. Entre las baratijas siempre había tesoros escondidos. Un comerciante señaló que Warhol tenía ojo para los objetos restaurados inusuales que ningún otro coleccionista tocaría, gusto que está en consonancia con el interés por el defecto, la fractura y el fallo que ha caracterizado al arte moderno más serio desde Picasso.

El arte moderno tenía un lugar destacado en la lista de adquisiciones de Warhol en los años setenta, igual que siempre, pero entonces su colección se abrió más que nunca a la vanguardia. Compró la obra de jóvenes experimentales como Keith Sonnier, Dennis Oppenheim y Richard Long, y también de nuevos viejos maestros como Jasper Johns, Roy Lichtenstein y Donald Judd. De los nueve mil dólares que gastó en la galería Castelli en 1969, dos mil se los llevó una de las pesadas esculturas decorativas de Richard Serra, una pieza exigente al máximo. A los pocos años, Warhol estaba en busca de obras del artista del *land art* Michael Heizer, y de «reliquias» de las *performances* de Chris Burden, un joven californiano famoso por clavarse a un VW Beetle y hacer que le dispararan. Aunque el aspecto de Warhol pareciera cada vez más el de un nuevo conservador, en el fondo seguía siendo un viejo radical.

Los gustos de nuestro artista en lo tocante a otras colecciones no artísticas eran, como mínimo, más amplios. Vito Giallo, que fue asistente de Warhol en la década de 1950 y abrió una tienda de objetos *vintage*, recordaba a su antiguo jefe comprando «estantes enteros de jarrones de vidrio de mercurio, jarras de cobre lustrado, tarjeteros victorianos… miles de libros raros, veinte o treinta a la vez, docenas de crucifijos coloniales españoles de los siglos XVIII y XIX, y santos, tres o cuatro a la vez, y sesenta cajas de piedras semipreciosas, todo en una sentada». El propio Warhol atribuía su tendencia a comprar «cachivaches», en vez de piezas que tuvieran valor como inversión, a una frugalidad inapropiada: «Intenté aprender a ser judío, en el momento equivocado», dijo. (Sus conversaciones privadas están

plagadas de estereotipos étnicos).

Hay un recibo de cuando Warhol viajó a Los Ángeles para hablar de sus películas, en mayo de 1970, que muestra que se gastó más de cinco mil dólares en una sola tienda de antigüedades, y fueron multitud en las que compró durante aquel viaje. Los dieciocho artículos de ese recibo van desde una cesta de la Costa Noroeste que le costó cuarenta dólares hasta una rara manta típica también del noroeste de mil ochocientos dólares, y siete alfombras navajas. Solo en ese año llenó una caja entera de ese tipo de recibos, casi siempre marcados como «utilería», bajo el pretexto de que eran para uso cinematográfico, o «sin impuestos, para reventa», volviendo a la vieja fantasía de Warhol de que se dedicaba al negocio de las antigüedades. (Aunque, si de verdad tenía alguna participación en aquella tienda de alfombras de Taos, tal vez sí que estuviese en el negocio en ocasiones; en sus últimos años, seguía hablando de abrir una tienda de antigüedades, que se llamaría Warhol Hall).

Fred Hughes contó una vez que su primera salida artística con nuestro artista fue al Museo Nacional del Indio Norteamericano, y parece que Warhol empezó a comprar artefactos indígenas solo porque se vendían baratos en una tienda a la vuelta de la esquina. A los pocos años, sin embargo, se le consideraba uno de los mayores conocedores de la artesanía nativa. No por casualidad, eran los artículos domésticos favoritos de los principales abstraccionistas de la época, cuyas obras Warhol también coleccionaba. «A ningún pintor abstracto que se precie le faltaría hoy una alfombra navaja en su loft del SoHo», escribió un crítico amigo de nuestro artista a finales de 1971, en una entusiasta reseña que hizo de todas las exposiciones de arte nativo que llenaban entonces los museos y galerías de Nueva York. En el puro fervor adquisitivo de Warhol subyacía a menudo una agenda estética seria y actualizada. Uno de sus proveedores de antigüedades de toda la vida explicó la trayectoria que había seguido aquel coleccionista amante de lo abstracto a lo largo de más de una década, desde las colchas geométricas *vintage* (de acuerdo con sus gustos de los años cincuenta por el folclore estadounidense) hasta las alfombras geométricas del arte nativo, pasando por las modernas geometrías del *art déco* de preguerra.

El *art déco* era una de las tendencias del coleccionismo a principios de la década de 1970 y Warhol la siguió con entusiasmo, o quizá contribuyó a establecerla. El estilo de la era del jazz estaba viviendo el tipo de renacimiento que el *art nouveau* había experimentado cuando nuestro artista compró sus primeros muebles de madera curvada y sus Tiffanys, en la década de 1950. En noviembre de 1970, una amiga suya, Lil Picard, publicó un artículo entero sobre ello con el título de «¿Qué es el *art déco*?», en el que daba a los artistas pop el crédito de

haber sido los primeros admiradores de dicho estilo, y se detenía especialmente en un vestuario *déco* que había visto hacía años en una proyección de la película *Camp* de Warhol en la Factory.

En un gesto que confirma la idea de Picard de que el *art déco* era el último de una serie de *revivals* «entre kitsch *y camp*» —y tal vez insinuando una estética gay persistente—, Warhol desarrolló un gusto insaciable por las primeras carteras y brazaletes de plástico y, sobre todo, por algunos modestos artículos de menaje cromados de la Gran Depresión. «Las formas son realmente modernas y las cosas para las que se hicieron son realmente modernas —dijo este—. Supongo que fue la época en la que marcas como Chock Full of Nuts y Horn & Hardart eran una sensación». (Ese «supongo» podía estar jugando al despiste, pues hablaba de la cultura de su infancia).

Pero Warhol también podía subir de categoría, con los productos más finos de los mejores ebanistas *déco* de Europa, con maestros como Émile-Jacques Ruhlmann y Carlo Bugatti. Cuando le preguntaron cuánto se había gastado en esos tesoros *déco*, Warhol contestó: «No puedo expresarlo en términos de dinero. Es mi vida». Con esto, probablemente, se refería tanto al acto de comprar como a los artículos que compraba.

De las adquisiciones de nuestro artista, las más dignas de un museo acabaron instalándose como improbables muebles de estudio en Union Square. Con los inspectores de Hacienda siempre en mente, Warhol insistía en describir públicamente sus compras, por grandilocuentes que fueran, como utilería de las películas que, una vez filmadas, se había reconvertido en mobiliario de oficina en el estudio, ocupando su lugar junto a un piano vertical desafinado que también había acabado allí de alguna forma. Más improbable aún: Warhol describía sus antigüedades de la década de 1920 como fuente de algunos diseños de su obra.

Sus creaciones *déco* preferidas, las más lujosas, a menudo tenían fastuosos trasfondos históricos que las vinculaban con los salones de vizcondes franceses o maharajás, con camarotes del S. S. Normandie o, al menos, con alguna anécdota de su historia. Esto es también signo de un nuevo giro en la vida de Warhol: a principios de la década de 1970, estaba haciendo todo lo posible por entrar en los círculos sociales de la gente cuyo nombre añadiría, algún día, su brillo al trasfondo de los objetos artísticos que él mismo había creado.

El giro de Warhol hacia el *art déco* exclusivo, y la gente más sofisticada, comenzó en un viaje que hizo a París en otoño de 1970. Ileana Sonnabend, su marchante en la capital francesa, le presentó a algunos vendedores de antigüedades de élite, a quienes ella había

comprado artículos de estilo *art déco* que convirtió en exposiciones sobre los principales creadores del movimiento. (Warhol se sabía los títulos de aquellas exposiciones de memoria). De aquel viaje de 1970 se cuenta una famosa historia sobre su visita a la sala de muestras del gran platero ya fallecido Jean Puiforcat, en la que los compradores se llevaron un armario completo de lo que consideraban anticuados tesoros del *art déco* «casi a precio de chatarra», según Fred Hughes, que se encontraba allí junto con otros compradores que estaban repartiéndose el botín.

Aquellos compradores podrían haber sido tan importantes para Warhol como el menaje de plata que compartió con ellos: eran Sandy Brant y el pijo de su esposo, Peter, de veintitrés años, hijo de un inmigrante judío culto que había ganado mucho dinero en la industria del papel. El joven Brant había empezado hacía poco a gastarse cantidades significativas en obras de arte del momento, aconsejado por Leo Castelli y el marchante suizo Bruno Bischofberger, quien no mucho antes había realizado una visita al estudio de Warhol de la que había salido con más de cuatrocientos mil dólares en importantes pinturas de su primer pop; esta debió de ser, con mucho, la mayor venta de nuestro artista hasta entonces. Por consejo de sus mentores, Brant se dedicó a rastrear los mejores Warhols allá donde pudiera encontrarlos, aun en África, durante su luna de miel. Castelli reunió finalmente a artista y coleccionista a principios de 1969, y este entró a formar parte del nuevo círculo de la alta sociedad de Warhol. Al poco tiempo se hizo amigo íntimo de Fred Hughes y solía pasar por Union Square un par de veces a la semana.

«Yo tenía la idea de que cualquier cosa que hiciera Andy era arte», decía Brant. Y eso hizo que se interesara por sus proyectos menos tradicionales y participara en ellos, más como patrocinador que como inversor en busca del éxito económico. (Esto último Brant ya lo tenía en el negocio de su padre, y llegó a ser un multimillonario de la industria papelera). Su primera asociación con Warhol es lo que los llevó a todos a la capital francesa en noviembre de 1970: un par de meses antes, habían firmado un contrato para colaborar en una nueva película suya sobre «una joven en París en busca de marido». Brant y Bischofberger financiaban el proyecto con cien mil dólares, mucho más de lo que habían costado los dos largometrajes que Morrissey había hecho hasta entonces.

Según Hughes, sus compras en busca de piezas *déco* habían tenido lugar durante las pausas para el almuerzo de la filmación, que esta vez parece que estaba tanto bajo la dirección de Warhol como de la de Morrissey. El artista estuvo detrás de la cámara gran parte del tiempo, aunque en varias tomas se olvidó de grabar y otras muchas tomas las sobreexpuso. Jed Johnson estaba a su lado como técnico de sonido, de

vez en cuando hacía de cámara y, más tarde, editando la película. Warhol, por supuesto, afectó su habitual frivolidad: «Rodar en Europa es realmente como unas vacaciones pagadas», le dijo a un reportero en el set. Una integrante del reparto le enseñó a hacer croché, y él se sentaba allí con sus hilos mientras el equipo se preocupaba por los detalles de la película. (Encantado de la transgresión de género que suponía adoptar labores «femeninas», ya había aprendido a bordar en el hospital después de los disparos).

La película se estrenó (y fracasó) varios años después con el título de *L'Amour*, pero otro de los varios títulos considerados había sido *Les Pissoirs de Paris*, impulsado por una anécdota que tenía que ver con el elegante hijo de un empresario estadounidense intentando vender desodorantes de urinarios a los parisinos. (¿Podría tratarse de una pulla típicamente warholiana a Brant, que se encontraba en París también como elegante hijo de otro empresario estadounidense?). Los actores entraban, sin permisos, a uno de los urinarios públicos de la ciudad y después llegaba Warhol en una furgoneta, con la cámara montada en la parte trasera en plan detective, y rodaba hasta que aparecía la policía y se veían obligados a trasladarse al siguiente *pissoir* que estuviera sin supervisión. Las escenas en interiores se rodaron en el apartamento, decorado al estilo *déco*, de Karl Lagerfeld, que era entonces una estrella en ascenso en el mundo del diseño de moda. Se había apuntado al proyecto en calidad de amigo de la protagonista de la película —una adolescente en realidad—, que era la única actriz cuya presencia se especificaba desde el principio en todos los contratos de producción. Se trataba de Jane Forth, una nueva protegida de Warhol que era tan singular para merecer el título de superestrella que pronto descarrió su camino.

Forth, que había dejado sus estudios en la secundaria de Grosse Pointe, en Míchigan, fue introducida en el círculo social del estudio en la primavera de 1968 por Jay Johnson, hermano gemelo de Jed, con quien estaba saliendo. En octubre del año siguiente, el azar hizo que Morrissey incluyera a la chica de dieciséis años en aquella nueva película suya llamada *Trash*, sobre las aventuras sexuales de un drogadicto. Para el verano siguiente, Forth había causado el revuelo suficiente en la ciudad, y en varios medios, para que la revista *Life* le dedicara tres páginas a color como la nueva Twiggy, aun admitiendo que su rostro era «extraño». La chica, que pesaba cuarenta y cinco kilos, era «patizamba y tenía las mismas curvas que un palo de escoba», y se depilaba las cejas hasta dejarlas en meros vestigios, con lo que parecía medio marciana. Eso no impidió que apareciera como acompañante favorita de Warhol una vez que este se recuperó lo suficiente de los disparos para viajar a sus exposiciones en Houston y Pasadena. Ambos hablaban también por teléfono a altas horas de la

noche, y se quedaban charlando mientras veían la misma película en sus televisores.

En verano de 1970, Forth, que estaba en París con Fred Hughes y un Jay Johnson que se estaba portando fatal, escribió a Warhol con noticias de sus tonterías. *L'Amour*, que se filmó en la capital francesa unos meses después, estaba inspirada en la vida «realmente obscena» que los jóvenes ya llevaban allí y que continuó durante las muchas semanas de rodaje: los actores fueron expulsados de tres hoteles en el transcurso de la producción. En sus entrevistas, Forth sorprende por lo despistada y adolescente que parece, como si tener un aspecto interesante la eximiera de la obligación de ser o actuar de forma realmente interesante. Comparada con ella, Edie Sedgwick parecería Susan Sontag.

La película de Warhol muestra el mismo despiste que su estrella. Salta de una escena ridícula a otra, de una broma sexual a otra, de un pezón a otro, como si los adolescentes que la protagonizan también la hubieran dirigido. Esa fue más o menos la opinión de uno de sus pocos actores profesionales, a quien le disgustó descubrir que la actitud de nuestro artista «era en plan “vamos a juguetear y a hacer una película hoy”».

En una reseña negativa de *The New York Times*, el crítico cinematográfico Vincent Canby decía que ni siquiera las mejores escenas de la película podían competir con la peor de las distracciones del momento: «Programas nocturnos de entrevistas, un nuevo álbum de los Carpenter, el escándalo de Watergate, películas de kung-fu, cenas en Blimpie's y el best seller de Jacqueline Susann». Pero ese tipo de rechazo hacia *L'Amour*, que comparten la mayoría de los críticos y es probable que casi cualquiera que la haya visto, no tiene sentido. Warhol, profundamente inmerso en la vanguardia como estaba, nunca pudo llegar a hacer algo que funcionara como entretenimiento popular de verdad, a pesar de que una vez le dijo a un amigo que la «idea» de la película era gustarle a «la gente común». Lo único que podía hacer era crear una simulación que señalara hacia la cultura popular desde el interior del extraño mundo de la alta cultura, como sus *Latas de sopa* apuntaban a los productos de consumo masivo sin vender nada a las masas. Si *L'Amour* es una película tan inconexa es porque no le hacía falta estar particularmente bien hecha, o ser entretenida de verdad, para cumplir su warholiano cometido de llamar la atención acerca de aquellos aspectos de la cultura que su creador encontraba relevantes. Igual que una *Caja de Brillo*, podría decirse que *L'Amour* era un producto casero y artesanal que sustituía las versiones profesionales y triviales del entretenimiento hollywoodiense. Uno nunca criticaría una *Caja* de Warhol porque no sirve para enviar cosas, y el mismo poco sentido tendría quejarse de

que *L'Amour* no funciona como las superproducciones originales hollywoodienses de las que habla.

Por encima de todo, el feroz ego de Warhol y su ambición como artista deseaban que reconociéramos siempre que quien señalaba con el dedo era él. Hacer una película extrañamente pésima es una buena manera de lograrlo. Nunca podrían confundirse sus creaciones con los auténticos entretenimientos de Hollywood que estas comentaban.

No mucho después de terminar *L'Amour*, una revista británica publicó un extenso artículo sobre el rodaje en el que afirmaba que la trillada trama de la película, su ridículo diálogo y sus mediocres ambiciones hollywoodienses representaban el abandono de la vanguardia por parte de Warhol. Todo lo que le interesaba ya, decía el periodista, era «¿qué aspecto tienen los actores? No importa lo que digan o hagan. ¿Llevan la ropa de moda? ¿El pelo bien peinado?». Forth, con un posado en topless, ya se había ganado la portada de la revista *After Dark*; y su coprotagonista, Donna Jordan, salió en la portada de la *Vogue* francesa el mismo mes en el que estaban filmando la película. (Warhol incorporó en la trama este último triunfo). De modo que el artículo británico no andaba del todo equivocado: Forth y sus amigos representaban a una nueva juventud dorada (o al menos plateada) que confirmaba del todo la separación de Warhol del obsoleto *underground* de la Silver Factory. Sus nuevos acólitos tenían más que ver con *Los caballeros las prefieren rubias* que con *The Chelsea Girls*.

La película de París tuvo otro título provisional, *Les Beautés*, que captaba la frivolidad y la superficialidad de la vieja escuela que entonces cautivaba a Warhol. El aspecto de las dos chicas parecía directamente salido de la edad de oro de Hollywood: «Zapatos de cuña, capelinas de piel de zorro y faldas a media pierna, y maquillaje a juego» buscando un efecto del que se dice que es «espectacularmente *kitsch* […] un ejemplo en carne y hueso de indumentaria *camp*». En el apartamento de Lagerfeld, según escribió el reportero británico que cubrió el rodaje de Warhol, «estamos en 1930. Todo es blanco y beis, como un set de Jean Harlow». El verano siguiente, en sus viajes a una casa de campo rodeada de mansiones que había alquilado en East Hampton, Warhol observaba a los «chicos» de *L'Amour* holgazanear mientras sonaba la *Rapsodia en azul*, de Gershwin, como si estuvieran sacados de una escena de *El gran Gatsby*, historia que Hollywood estaba a punto de convertir en un drama de época enormemente influyente. La estética de Fred Hughes iba en ascenso.

Corey Tippin, que en ocasiones compartía piso con Hughes y que tuvo un papel en *L'Amour*, entendió el rodaje de la película como una

estratagema de relaciones públicas que debía funcionar como «la entrada de Andy en la sociedad francesa y europea». Mientras a los jóvenes actores de la película los echaban de un alojamiento a otro, Warhol, Johnson, Hughes y los Brant se hospedaron en la lujosa comodidad del hotel Crillon, al pie de los Campos Elíseos, que tal vez fuera el primer contacto de nuestro artista con lo más alto de la buena vida. Socializaron con estrellas como Omar Sharif y Marisa Berenson y con varios de los Rothschild.

Se acabó Schrafft's. En el amanecer de los años setenta, los recibos de Warhol empezaron a ser de comidas en el Maxim's de París y La Grenouille de Nueva York, así como de hoteles y vuelos en primera clase. Algo debieron de influir Sandy y Peter Brant, que, aunque solo tenían veintipocos años, ya habían adquirido gustos muy exigentes. Una columna de cotilleos los incluye en la lista de los vip que asistieron a una inauguración de Warhol diciendo que eran «una de las jóvenes parejas más elegantes de Manhattan». Ya cuando estaba en la universidad, Peter Brant desarrolló un aristocrático interés por la cría de caballos; a mediados de la década de 1970 había pasado de la elegancia de la equitación al polo y a las carreras. Fundó sus propios establos y, finalmente, también un club de polo. «El negocio del papel es negocio negocio —explicó Brant en una semblanza para una publicación ecuestre—. El negocio de los caballos es negocio y placer, muy divertido, aunque también ha sido muy rentable». Esa combinación absoluta de negocios y placer, beneficio económico y cultura, es otra lección que Warhol aprendió de Brant, que se describía a sí mismo como «el ejecutivo de la película» cuando salían juntos.

Incluso el tesoro de la plata *déco* que la pareja descubrió entre los Puiforcats acabó pasando de oportunidad estética a proyecto comercial. Los dos neoyorquinos firmaron un contrato para producir facsímiles en colaboración con los plateros parisinos.

La asociación de Brant con Warhol se extendió pronto a *Interview*, el proyecto nuevo y más ambicioso de Union Square, que presentaba dificultades para sostenerse. «Andy hacía que tuvieras la sensación de que era muy vulnerable, y querías proteger a aquel tipo», dijo Brant, y añadió que el artista no contaba siquiera con recursos para comprar el papel de periódico barato en el que se imprimía la revista. Poco después de que se conocieran, Brant arregló este asunto gracias a sus contactos en la industria. Más tarde, tras la retirada de un par de antiguos patrocinadores, se implicó más plenamente y llevó consigo a Bischofberger, el marchante suizo que había sido el primer mentor de Brant en el mundo del arte y que ya llevaba un tiempo comerciando con Warhols. En verano de 1972, en Union Square nació una nueva entidad corporativa llamada Motion/Olympus, Inc., con la única misión de publicar *Interview*. Concedía a nuestro artista la mitad de la

participación en la revista y la otra mitad se dividía entre Brant y Bischofberger, quienes aportaron cincuenta y cinco mil dólares en total.

Con estos nuevos socios corporativos, *inter/VIEW* cambió también su identidad de marca. El subtítulo de la revista, que primero hizo referencia al cine y luego a las películas, terminó desapareciendo por completo, y el propio título perdió su barra y las extrañas mayúsculas para convertirse simplemente en *Andy Warhol's Interview*, que aparecía impreso con la propia letra del artista ocupando toda la portada. Una vez, la identidad de Warhol se había caracterizado por la cursiva tradicional, femenina e inocente de su madre, y ahora quedaba sellada por el garabato de un artista demasiado seguro, demasiado ocupado y, sobre todo, demasiado importante para preocuparse por su letra.

Con el cambio, la publicación cotizaba más como marca potente que por cualquier contenido concreto que tuviera que prometer a sus lectores.

Warhol parece haber percibido el potencial de la expansión de marca ya antes de que se lanzara la nueva *Interview*. En vez de reservar su famoso nombre para proyectos propios como las películas de Morrissey y la revista, poco después del rodaje de *L'Amour* se le ocurrió dejar que otra persona presentara una obra de teatro con la marca Warhol. La idea comenzó como un proyecto interno, cuando nuestro artista consiguió un montón de viejas cintas con las peleas telefónicas de Brigid Berlin con su madre y se dio cuenta de que podrían tener cierto potencial dramático. (Según una versión, la susodicha le había vendido las cintas por cuatro duros; según otra, Warhol grabó las cintas cuando Berlin se las puso por teléfono).

A nuestro artista le encantaba la enorme cantidad de transcripciones que Pat Hackett estaba haciendo a partir de aquellas grabaciones y le pidió que intentara convertirlas en una obra de teatro, que ya había decidido llamar *Pork*. «Andy adoraba el teatro, y poner en marcha una producción teatral era otra de sus ambiciones creativas», recordaba ella. Pero su jefe decidió finalmente que sería mejor dejar que un director profesional analizara lo que se podía hacer con el producto preliminar de Hackett; «veintinueve actos que habrían durado doscientas horas», como dijo el director cuando lo descartó, exagerando bastante. Así nació *Andy Warhol's Pork*, una obra de duración perfectamente normal «reducida y tecleada» a partir del original de Warhol por Anthony J. Ingrassia. Este era un joven veterano de las producciones más alejadas de *off-Broadway* y fue el elegido para desplegar la marca Warhol. «Tony lo convirtió todo más en su propia obra que en la de Andy», contó Hackett.

Los personajes del guion final son reconocibles como warholianos: Brigid Berlin se convierte en Amanda Pork, corpulenta y a menudo con los pechos al descubierto, y Warhol es un tal B. Marlowe que lleva peluca. Están también Vulva, que representa a Viva, y Billy Noname, que es a todas luces Billy Name. («Todos los personajes son puramente ficticios», afirmaba el programa, pero ello no impidió que Berlin y Viva se enfurecieran con sus retratos y se alejaran aún más de Warhol, al menos por un tiempo). La acción teatral de Ingrassia, llena de payasadas, con figuras maniacas que fingen cagar y hacerse duchas vaginales en escena, no parece dotada de la ambigüedad y el gusto por la contemplación de una verdadera obra de Warhol. «Me gustaría tener un final más abierto, hacer cambios en el material todos los días —dijo este, después de que la primera temporada de la obra hubiera acabado—. También me inclino por cambiar los directores y, por tanto, las interpretaciones. Y me gustaría ver a gente real haciendo cosas reales en el escenario». Ingrassia no estuvo dispuesto a asumir ninguno de aquellos cambios. Su pieza entera se había convertido, más bien, en una extensa parodia de la escena de la Silver Factory, hacía ya tres interminables años, como si se viera desde el lado equivocado de un telescopio por el que ni siquiera mira Warhol.

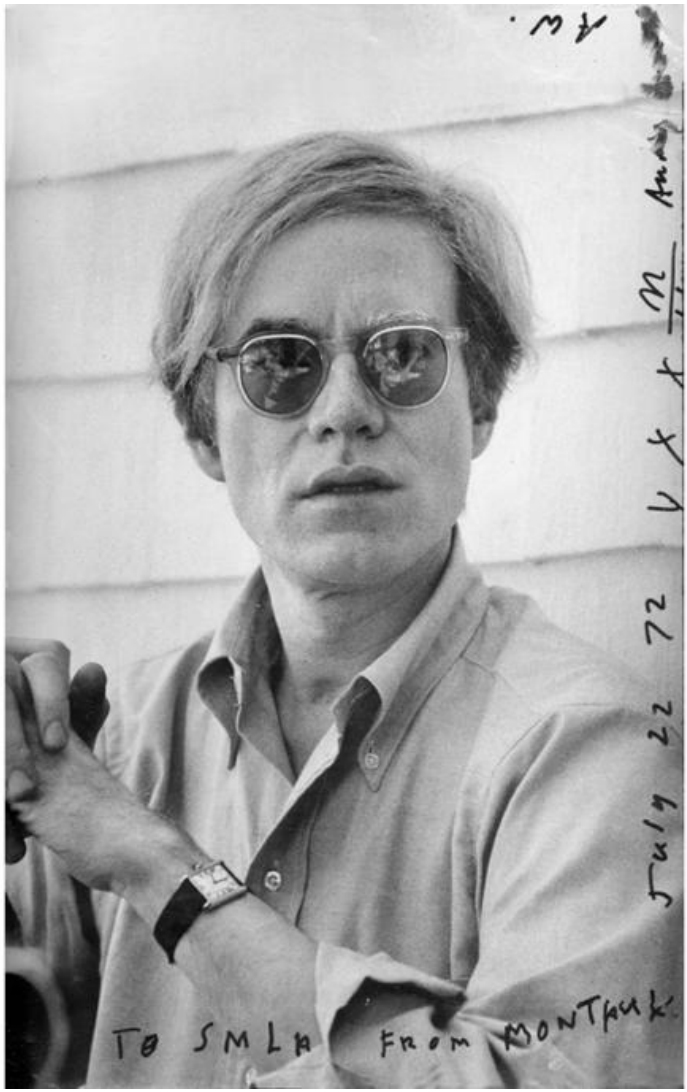
Nuestro artista tuvo cierta participación en el reparto y vio al menos algunos de los ensayos. En mayo de 1971, asistió noche tras noche a una producción de prueba en el teatro alternativo La MaMa, en el centro de la ciudad, y se partió de risa con todos los chistes internos. Una vez acabó aquella temporada, un crítico de arte de *The New York Times* (que no era el crítico de teatro) le dedicó una reseña sorprendentemente amable: «Diversión sucia de la buena». Pero en agosto la obra se trasladó a una sala alternativa de Londres y fue atacada con violencia por la mayoría de los críticos. Dijeron que era «tan aburrida como un plato de judías al horno», «lo más parecido a un vomitivo teatral que vamos a ver» y un «fárrago estúpido, invertebrado y aturdidor». Curiosamente, la obra, de corta vida, también tuvo una reseña en *Penthouse*, que llenó cinco de sus páginas con fotos obscenas de la producción al tiempo que se quejaba con hipocresía y remilgo de su falta de «cualquier indicio de belleza en los procesos físicos ni de nada que despierte el supremo placer humano, aparte de la obscenidad».

Después de sus dos semanas en Nueva York y un mes en Londres, la obra desapareció por completo de la vista, pero esto no fue óbice para que Warhol hiciera más tentativas con el teatro. Al año siguiente, pensó en producir un musical de Lerner y Loewe —y Lou Reed— sobre la Factory, el proyecto y el trío de colaboradores más insólito que pueda imaginarse. También se le ocurrió otra idea para una obra teatral que llamó *Party* y que consistía en invitar a sus amigos a

celebrar fiestas en el escenario como la última tentativa de realismo *off-Broadway*. Después, en 1975, dejó este movimiento bastante atrás cuando produjo un musical sobre el espacio exterior llamado *Man on the Moon*, escrito por John Phillips, de The Mamas and the Papas, y dirigido por Morrissey, quien no tenía ni idea de trabajo escénico. («En realidad, no soy un hombre de teatro», le dijo a un periodista mientras, sentado en un teatro de Broadway, dirigía una obra de teatro). Aquel musical tuvo solo un poco más de control warholiano que *Pork*, y le fue mucho peor: tras un mes de preestrenos desastrosos y caóticos, obtuvo las críticas más salvajes: «Para los expertos de lo verdaderamente malo, puede que *Man on the Moon* marque un pequeño hito»; se acabó después de cinco días.

Un día, David Bourdon, el amigo de Warhol, le confesó a John Lennon en una conversación privada que le había gustado *Pork* solo porque conocía a todas las personas a las que aludía y admitió que de otro modo la habría aborrecido. En público, y con más diplomacia, Bourdon comentó que Warhol parecía haber renunciado al papel de artista creativo para convertirse en un productor ejecutivo distante «cuyo principal interés es la supervisión de una empresa eficiente y rentable».

Como cualquier buena empresa, Warhol ponía a veces su nombre a productos, como *Pork* y *Man on the Moon*, o incluso a aquellos pobres Andy-Mats, que no terminaron de funcionar. ¿O acaso esos «fracasos» eran en realidad exitosos productos de su profundo compromiso con el error artístico?



En su propiedad de Montauk, en una toma dedicada a su amigo Steven M.L. Aronson.

41
1971–1972

TRAPICHEOS FINANCIEROS | COCHES BUENOS Y PROPIEDADES | VIDA EN EL CAMPO Y ARRENDADORES FAMOSOS: LEE RADZIWILL Y LOS NIÑOS KENNEDY, MICK Y BIANCA JAGGER

«Quien lo haga caer va a ser la Agencia Tributaria, no un arma».

A principios de 1969, las facturas vencidas estuvieron a punto de hacer que el estudio de Warhol se quedara sin teléfono. Un año después, el Internal Revenue Service (la Agencia Tributaria estadounidense) le estaba amenazando con un embargo por quince mil dólares que aún adeudaba de impuestos desde 1968, y hacia septiembre de 1970, los propietarios de la oficina de Union Square habían iniciado un procedimiento de desalojo por impago del alquiler.

Se dice que el arte sale de los más profundos recovecos de la psique del artista, y el arte negocio de Warhol parece confirmarlo. Sus raíces debieron de estar tanto en las profundas neurosis relativas al dinero que sufría este como en el arte conceptual de su entorno. No es improbable que todas aquellas facturas estuvieran sin pagar porque Warhol, hijo de la Gran Depresión, tenía una arraigada capacidad de resistencia a los acreedores. También es posible que, en ocasiones, realmente no dispusiera de suficiente dinero para pagarles, por mucho que ingresara. Como Julia Warhola dijo una vez: «No puedo entender a Andy. Gana cien mil y gasta ciento veinticinco mil. No sé cómo lo hace».

Por su declaración de impuestos de 1969 Warhol parece acomodado, pero en absoluto rico. Aunque declaró ochenta y seis mil dólares de ingresos, también reclamaba casi la mitad en deducciones, lo que deja una cantidad bastante modesta para un hombre que estaba empezando a vivir por todo lo alto. Por otro lado, hay algunos números en su declaración que huelen mal: declaró apenas nueve mil dólares en ingresos por la venta de cuadros, aunque ese mismo año, Leo Castelli declaró treinta mil dólares en ventas y Warhol tenía más marchantes vendiendo su obra, cuyo valor, además, había aumentado. A principios de 1970, Peter Brant se las arregló para que una de las primeras *Sopas Campbell's* que tenía se vendiera en una subasta por

sesenta mil dólares, lo que convirtió a Warhol en el artista estadounidense vivo más caro de aquel momento, y ese es el tipo de récord que hace que el valor de todas sus obras suba. Una buena *Marilyn* o una *Silla eléctrica* podían llegar a costar treinta mil dólares, y tanto su autor como Hughes empezaron a elevar los precios. «Fred era un hombre de negocios ambicioso y bastante despiadado», dijo un marchante que adquirió sus bienes, y el propio Warhol era también bastante brutal. Cuando llegaba el momento de cerrar un trato, jugaban al poli bueno y el poli malo con el comprador.

Los beneficios de Factory Additions, el brazo operativo de Warhol en el negocio de las láminas estampadas, también estaban creciendo. Cuando *Flash*, el *portfolio* de J. F. K., se lanzó por fin a finales de 1969, los doscientos ejemplares se vendieron rápidamente, lo que reportó a Warhol casi cuarenta mil dólares; veinticinco mil más de lo que proyectaron al iniciar las negociaciones, tres años antes. El año después de *Flash*, Castelli pagó a Warhol veinte mil dólares por once *portfolios* de su última edición de las *Flores*; los otros doscientos treinta y nueve de la misma estaban ya vendidos o tenían ofertas de distintos marchantes.

Las películas del estudio, por su parte, también estaban generando importantes ingresos. Aparte de *Lonesome Cowboys* —que batió el «récord de negocio» durante su temporada neoyorquina y mostró un gran «poder de taquilla» en la Costa Oeste a principios de 1969—, estaba el éxito veraniego de *Blue Movie*, con la que habían recaudado dieciséis mil dólares solo en su primera semana, cinco veces más de lo que había costado la película y un récord para las trescientas butacas del diminuto cine Garrick (ahora cine Andy Warhol). La *Flesh* de Morrissey fue un taquillazo en Alemania y su *Trash* ganó más dinero que cualquier otro lanzamiento de Warhol. Un distribuidor nacional le había garantizado el estreno en cien cines y, con ello, Morrissey calculaba al menos un millón de dólares en ventas de entradas, lo que dejaba un neto de cuatrocientos mil dólares para la empresa de Warhol.

Sin embargo, nuestro artista insistía a menudo en que los beneficios reales de sus películas nunca fueron buenos. Morrissey aseguró que *Trash* solo había dado unos trescientos dólares, que tuvieron que repartirse entre Warhol y él. En realidad, si tenemos en cuenta las declaraciones de impuestos de las diversas filiales que el artista creó para producirlas, esa cantidad ya habría supuesto un rendimiento inusualmente bueno para cualquiera de sus películas. La de *Lonesome Cowboys* declaraba solo seiscientos dólares en beneficios sobre unos ingresos de setenta y cinco mil, y la mayoría de las demás mostraban cifras similares. La declaración de 1969 de Andy Warhol Enterprises, encargada de la producción artística, es similar: ingresos brutos de

ciento sesenta mil dólares que dejan un neto de solo tres mil quinientos dólares. Warhol negó que fuera millonario y aseguró que apenas ganaba dinero con sus negocios. Los marchantes «se quedan con todo el pan», dijo.

Es bastante seguro que en esas bajísimas cifras de beneficios que presenta Warhol haya de por medio algún trapicheo relacionado con las deducciones en los impuestos.

Warhol le daba a Brigid Berlin algunos dólares de vez en cuando por los recibos que esta recogía al azar por la ciudad, por ejemplo, uno tirado por algún desconocido después de comprarse un artículo caro, como una cartera de cocodrilo. («Quien lo haga caer va a ser la Agencia Tributaria, no un arma», predijo Berlin años más tarde). Y había también un montón de recibos de «utilería», «vestuario», «material de oficina»…, todo ello adquirido como es debido, pero sin duda destinado al uso personal de Warhol. En su diario, este llegó a referirse a un vendedor de antigüedades como un «vendedor de utilería» y a las compras diarias como «escenografía», por si a los inspectores fiscales se les ocurría fisgonear entre sus páginas. Hubo un agente de la Agencia Tributaria que no estaba nada convencido de aquellos gastos, pero, de algún modo, no llegaron a meter a Warhol en demasiados problemas. Él tuvo suerte. Su amigo Peter Brant terminó en la cárcel por trapicheos similares, cuando los inspectores fiscales empezaron a preguntarse para qué necesitaban sus empresas papeleras unas sábanas de seda y tratamientos para el cuero cabelludo.

Por lo que parece, trapicheos de más entidad se produjeron en el pago de beneficios y salarios corporativos. En un solo día de febrero de 1969, Warhol extendió a su madre una serie de cheques por un total de setenta mil dólares, desembolsados por cuatro entidades corporativas distintas que controlaba él mismo, y todos ellos metidos en una tarjeta de felicitación cursi llena de flores y mariposas que decía «Porque somos amigos». Esos pagos parecen sin duda una forma de evasión fiscal: poner en manos de su madre un dinero que iba a terminar en las de Warhol. Vincent Fremont contó una vez que el artista odiaba la Agencia Tributaria de tal modo que, en el momento de hacer la declaración, se palpaba la tensión en el estudio.

Hay otra serie de tretas que parecen solo un poco menos dudosas. Permitió que el Museo de Arte de Pasadena fabricara cien *Cajas de Brillo* para una exposición suya, y que se quedara con ellas, pero luego las declaró como donación de doscientos mil dólares, que habría sido el valor de las *Cajas de Brillo* originales, las de 1964, y no el de las nuevas versiones. Parece ser que también hizo lo mismo con un centenar de *Cajas de Corn Flakes*, que dejó que el Museo de Arte del Condado de Los Ángeles fabricara y conservara. Con su negación de las ideas tradicionales sobre la autenticidad y el «original» único,

Warhol se estaba adjudicando obras artísticas reales, pero también económicas.

Él era una de las tantas personas que afirmaba que la Agencia Tributaria estadounidense empezó a husmear en sus declaraciones de impuestos en la época de Richard Nixon, como una forma de represalia política. El artista había diseñado un ingenioso y cáustico cartel para recaudar fondos a favor de la campaña de George McGovern, el oponente demócrata de Nixon en la carrera por la presidencia de 1972, que mostraba el rostro bilioso del republicano, enorme y reverdecido como la Malvada Bruja del Oeste. Pero ¿qué agente de Hacienda no se hubiera escamado con las declaraciones de Warhol bastante tiempo atrás? La inspección estaba en marcha mucho antes de que este se metiera con Nixon, y no terminó cuando los demócratas llegaron al poder.

Fueran cuales fueran sus beneficios, e independientemente de cómo los obtuviera o conservara, en el comienzo de la nueva década Warhol tenía dinero.

Nuestro artista había comprado ya una furgoneta Volkswagen a nombre de Factory Films en abril de 1969, y al año siguiente pagó otros casi nueve mil dólares por un impresionante sedán Mercedes-Benz 280SE de color tabaco. El coche contaba con todos los extras más modernos de la época: dirección asistida, cambio automático, aire acondicionado, elevalunas y antena eléctricos, vidrios polarizados, neumáticos radiales blancos, un reproductor de cintas de ocho pistas y un altavoz adicional en la parte de atrás. El segundo automóvil fue declarado como gasto de Factory Additions, Inc., aunque aquel elegante Mercedes no era, en realidad, el mejor vehículo para transportar las estampaciones de la empresa. Era mucho más probable que el envío que viajara dentro del sedán fuera Warhol con destino a sus infinitos compromisos sociales, con láminas estampadas o sin ellas. (Casi seguro, al volante debía de estar el hermano de Joe Dallesandro, Robert, pues Warhol no tenía carnet para llevar el automóvil que acababa de pagar).

Justo antes del coche, nuestro artista hizo una compra aún mayor, o más bien la hizo Factory Films, Inc., que pagó sesenta y cinco mil dólares por un pequeño complejo de estudios que se extendía por el barrio marginal del Bowery y la cochambrosa Great Jones Street. Warhol desalojó de inmediato a sus tres inquilinos, que eran artistas: «Llevo veinticinco años trabajando como pintor —dijo uno de ellos—, y ahora me echa a patadas un tipo que se ha hecho famoso con cajas de Brillo. Es un crimen cultural». Otro pintor desalojado acusó a Morrissey de haberle dicho que debía «dejar paso al gran hombre que crea ambientes, no solo pinturas». No sabemos si Warhol tenía de verdad la intención de ampliar el tamaño de su obra con una mudanza

al nuevo espacio, como insinuó el cineasta, porque eso nunca sucedió. Durante años planeó construir allí un teatro, pero mientras tanto les prestó a sus amigos artistas espacios para que tuvieran su estudio y, en 1983 alquiló todo el edificio de Great Jones Street a Jean-Michel Basquiat. «Siempre pensó que el Bowery era la mayor inversión posible», dijo un ayudante artístico que había vivido en la propiedad durante un tiempo.

David Bourdon tuvo la impresión de que su amigo se avergonzaba de verdad de la cochambrosa adquisición, pero John Lennon contó que él había sido testigo de cómo Warhol presumía de ella: «Un día, pasamos por allí en coche y me dijo: "Oh, mira, puedes quedarte en mi casa si quieres". Y señaló aquella casucha». El artista y el Beatle estuvieron a punto de comprar alguna propiedad juntos, pero el plan nunca salió adelante.

Como cualquier buen hijo de inmigrantes, Warhol creía con firmeza en la adquisición de bienes raíces. Y también en ocultarlas. En otoño de 1971, negó rotundamente ante Brigid Berlin que se hubiera comprado una casa de campo, cosa que, por supuesto, era justo lo que acababa de hacer. Era más una hacienda que una casa; consistía en una vivienda principal destartalada pero con estilo y cuatro casitas de estilo rural, hechas con tablillas blancas y tejas grises, en una parcela de ocho hectáreas sobre un acantilado cerca del pueblo de Montauk, en el extremo más salvaje y oriental de la península de Long Island. Estaba como a doscientos kilómetros al este de Nueva York, más de tres horas en coche. Según un artículo de la época que hablaba de su escena de falsa bohemia adinerada, el atractivo de la zona radicaba en que «es chic por no ser chic» y en la «rusticidad de sus muebles tapizados». La finca de Warhol se llamaba Eothen, que venía del étimo griego para «amanecer» u «orientado al este», y así la había bautizado el millonario que la construyó en 1931 —un potentado del bicarbonato de sodio— y que se alojaba en ella tan solo dos semanas cada otoño, en la temporada de la lubina estriada.

Como solía ocurrir con Warhol, la compra de Montauk se realizó a través de uno de sus contactos sociales, de hecho, el más antiguo de ellos en Nueva York. Tina Fredericks, la editora de *Glamour* que le hizo su primer encargo comercial, veintidós años antes, se había convertido en una agente inmobiliaria de lujo, y un lluvioso día de otoño llevó a Warhol a buscar casas por Long Island. Parece que estaba harto de ver cómo cada mes se iban por el desagüe mil seiscientos cincuenta dólares en el alquiler de aquella elegante casa campestre de East Hampton donde sus «chicos» habían jugado al Gran Gatsby. Según recuerda Fredericks, vieron otras casas que dejaron frío a Warhol, y luego Eothen, por algún motivo, despertó su interés, bien a pesar de su ubicación aislada o debido a ello: estaba situada en una

carretera sinuosa que salía de una pequeña aldea de pescadores azotada por el viento, muy lejos de los pueblos de moda en los Hamptons.

«Lo que recuerdo es que le gustó inmediatamente y la compró, pam, sin más», ha contado Fredericks. A Warhol le gustó tanto aquel sitio que subió veinte mil dólares la oferta de un comprador rival y llegó a pagar la enorme suma de doscientos veinticinco mil dólares. La mitad de ella la puso su copropietario Paul Morrissey, que, igual que él, se había forrado con los beneficios de *Trash*.

Justo antes de adquirir Eothen, Warhol había estado intentando cerrar la compra de otra casa en Long Island: aquella cuyos vecinos vetaron por causa de sus amistades con travestis. La diferencia entre ambas propiedades marca la transición entre el Andy Warhol de los años sesenta y la figura en la que se estaba convirtiendo a principios de la siguiente década, casi como si comprar en Montauk lo hubiera impulsado a cambiar. La primera de las casas era una impresionante y radical estructura de arquitectura racionalista que el mecenas de Warhol, Philip Johnson, había diseñado para un coleccionista de arte. Era toda de vidrio y acero, y buena parte de ella estaba situada en voladizo sobre el agua. Era manifiesta y deliberadamente vanguardista, como la imagen que Warhol se había creado a lo largo de su década pop. La de Montauk, por el contrario, mostraba todos los signos de una refinada moderación. Parecía la clase de residencia de verano que cualquier familia de banqueros blanca, anglosajona y protestante podría haber estado visitando durante generaciones, cuidando de que su mobiliario, de apariencia anticuada, se mantuviera en buen estado. Por la época en la que Warhol se asentaba en Montauk, Ralph Lauren —otro inmigrante, de nombre Ralph Rueben Lifshitz— empezaba a abrirse paso con su Polo, una línea de ropa masculina articulada en torno a la nostalgia del estilo de las élites estadounidenses. Un viejo amigo de Warhol, Bill Cunningham, publicó una reseña de la colección diciendo de ella que mostraba «el gusto puramente aceptable de clase dirigente mezclado con una sobredosis de esnobismo elitista». (Y sabía de qué hablaba: era el vástago de esos esnobs de la clase dirigente). Si Polo hubiera sido una marca de edificios, Eothen habría estado en su catálogo, y eso la convirtió en la casa de verano perfecta para Warhol a medida que empezaba a ascender hacia la alta sociedad.

El artista no compró su propiedad porque le gustara el aire de la costa. «La vida en la ciudad es mucho más limpia que en el campo. En el campo hay que bañarse demasiadas veces», dijo en una ocasión y, cuando se le preguntó directamente si le gustaba ir al campo, mientras estaba sentado en un coche de camino allí, respondió con un sencillo y lacónico «No». Admitió que admiraba el océano como «la abstracción

más grande que hay», y agregó, con sinceridad, que «también hay muchas rocas».

En cuanto a Eothen, Fredericks afirmó que Warhol «apenas pasaba tiempo allí porque se le vuela el peluquín todo el tiempo». Esa afirmación no es exacta, hay imágenes de muchas de sus visitas, a veces en película o vídeo, y la peluca está siempre en su sitio, incluso en la playa. Pero queda claro que Warhol no era un habitante natural de la costa. Mientras a sus invitados durante el verano se los ve retozando por el lugar con mucha piel a la vista, Warhol lleva pantalones y manga larga, y un gran sombrero de ala ancha, igual que en aquellas excursiones a la playa con sus amigos dos décadas antes. En Montauk, a veces remataba su vestimenta con un esnob salacot de imitación y una sombrilla para mayor protección contra el sol.

El principal interés que Warhol tenía en Eothen provenía de su significado social. La zona de Montauk había comenzado a atraer a una particular casta de la élite cultural. Sus vecinos de al lado eran Edward Albee, el dramaturgo de buena cuna; Peter Beard, un fotógrafo bohemio de una antigua familia adinerada; y Dick Cavett, un protestante educado en Yale que tenía su propio programa de entrevistas de calidad. La finca de Warhol le ayudó a entrar en esos círculos, y su primer golpe en esa dirección fue a lo grande. El verano después de comprar Eothen, logró alquilar su casa principal —la Casa Grande, la llamó— a la princesa Lee Radziwill, parte de la nobleza polaca por matrimonio y de la aristocracia estadounidense por asociación, a través de su hermana mayor, Jackie Kennedy, antigua reina de Camelot. Radziwill, que seguía casada, salía con Peter Beard, quien acababa de divorciarse, por lo que Eothen estaba en una posición perfecta para permitirles mantener la relación con discreción. Décadas más tarde, Radziwill seguía teniendo buenos recuerdos de las enormes lajas de piedra del suelo de la Casa Grande, de las dos gigantescas chimeneas, que estaban una frente a la otra, y de que, aunque allí no se había vivido desde hacía siglos, olía aún a «cedro y a mar».

Paul Morrissey gestionó la presencia de la antigua «primera hermana» como una especie de asunto de Estado, y dijo a sus invitados que era mejor que se quedaran dentro de la casa cuando Jackie fuera de visita. Warhol, sin embargo, se sentía claramente más cómodo con la nueva compañía. Radziwill contaba que, cuando iba a visitarlos a ella y a sus parientes el fin de semana a una de las casitas de la finca, el artista se despojaba de su pátina de rareza. «Amaba a los niños y era muy creativo con ellos —aseguró, haciéndose eco de similares declaraciones que hicieron otros padres durante décadas—. Era una especie de flautista de Hamelín, siempre mantenía su atención, siempre los animaba y admiraba cualquier cosa que

hicieran». De aquel verano y el siguiente, hay algunos rollos de película y cintas de vídeo en los que se ve a Warhol completamente relajado, jugando en la playa con varios de los niños Radziwill y Kennedy y, por supuesto, documentando todo lo que pasaba en imágenes tanto en movimiento como fijas. La ex primera hermana y él hablaron una y otra vez sobre películas en las que ella podría participar (tenía ambiciones de actuar), y él le hizo un retrato con una de las Polaroids y lo imprimió en un lienzo, no como un encargo sino por propio gusto personal, sin duda con la intención de que fuera tanto una obra como un recuerdo. A la princesa (siempre la llamaba así) le regaló un par de versiones pequeñas, pero él se quedó con el lienzo estándar de un metro cuadrado del estudio. Aún lo poseía cuando murió.

Puede que a Warhol se le fuera un poco la cabeza con sus nuevos y elegantes amigos, pero no era tonto. Sabía perfectamente bien que estaba en su mundo solo temporalmente, mientras lo encontraran útil o divertido. Radziwill decía de sí misma que tenía gusto por cualquiera que «se salga de lo normal o sea un poco excéntrico». Según Warhol, su hermana, recién convertida en señora de Onassis, lo veía como una versión más respetable y menos peligrosa del *paparazzo* Ron Galella. Para la pandilla Kennedy, dijo, «somos sus nuevos juguetes». Pero a pesar de toda aquella lucidez social, nuestro artista siempre estuvo dispuesto a que jugaran con él. Tenía un típico álbum de recuerdos de los veranos en Eothen, con autógrafos de los ricos y famosos que habían pasado de visita. El hecho de pedir aquellas firmas convierte a Warhol instantáneamente en un cortesano y fan en vez de en un igual. Sus inseguridades de toda la vida le impidieron creer que estaba a la misma altura, aunque tuviera más éxito y, sin duda, más importancia que aquellas celebridades con las que pasaba tiempo. Era un hombre gay cuyas raíces se encontraban en una clase, una cultura y una ciudad demasiado distintas para que le permitieran considerarse —para sí mismo, al menos— como alguien de importancia.

«Vamos a colocar placas de oro que digan “Lee durmió aquí”, “Jackie durmió aquí”», dijo Warhol, poco después de que las hermanas se marcharan aquel primer verano.

En el séquito de Radziwill sí hubo un personaje sofisticado que acabó siendo un verdadero amigo. La princesa tenía amistad con Truman Capote, que había sido un ídolo gay de Warhol en su juventud, y ambos desarrollaron cierta cercanía cuando el escritor fue a visitar a Radziwill desde su propia casa de campo en Long Island. Capote era un esnob consumado de la escena y fue necesario el sello de calidad de su amiga para que Warhol se considerara digno de asociación. Pero cuando ese vínculo se formó, sin embargo, se

mantuvo hasta la muerte de Capote, una docena de años después, con el interesante giro de que el estrellato del escritor se estaba apagando justo en el momento en que Warhol estaba apareciendo hasta en la sopa. Este hizo todo lo posible por mantener a Capote a flote, tanto creativamente como en la alta sociedad, y terminó dándole un montón de cobertura en *Interview*, y también colaboraciones para la revista, que Capote entregaba solo a veces.

Las estancias de Radziwill en Eothen dieron lugar a un par de veranos de cortesía y orden, reseñados amablemente en las columnas sociales, en las que solo aparece una rara mención al arrendador. (Aunque un periodista se sintió obligado a explotar el rumor de que, en el divorcio de Radziwill y su príncipe polaco, Warhol había sido demandado por infidelidad). Un par de años más tarde, Eothen tuvo otro grupo de inquilinos famosos mucho más ruidoso y, en esa ocasión, quien se hizo eco de la noticia fueron los periodistas musicales. Los Rolling Stones estaban trabajando en una gran gira por Estados Unidos debido a su nuevo álbum y decidieron que la remota finura de Eothen lo convertía en el sitio perfecto para encender sus amplificadores al amparo de las miradas y los oídos indiscretos de sus fans. El acceso a la finca estaba vigilado por chicos con perros y llevaban también una cocinera británica que protestaba por haberse pasado un día entero cocinando un gumbo típicamente americano que se echó a perder cuando los muchachos prefirieron pedir unas pizzas, igual de típicamente estadounidenses.

«Una música a un volumen sensacional brotó a través de las ventanas y se metió por todos los surcos y huecos, cubriendo la hierba enmarañada», contaba un periódico local, que mencionaba los aullidos angustiados de perros, lobos y coyotes. Los moteles y bares de las cercanías se llenaron de fans de los Stones desesperados por ver a sus ídolos.

La idea de unos salvajes Stones armando escándalo en una anticuada Eothen no debería parecernos más extraña que el hecho de que Warhol, una vez señor de la Silver Factory, fuera el propietario del lugar. En la década en la que se conocieron, los músicos y el artista habían pasado de ser unos rebeldes a convertirse en iconos. Aun cuando empezaron a hacer aguas como creadores, la fama que habían obtenido en la década de los sesenta gracias a su talento y audacia les garantizaba su estatus social en las décadas siguientes. En un concierto de los Stones, Warhol observó que los asistentes habían pasado a escucharlos con tranquila atención; la banda llegó a su propiedad en un Bentley. Ni ellos ni nuestro artista se anquilosaron jamás como parte del sistema, pues su estatus dependía de su condición de símbolos de una cultura alternativa. Pero el estamento cultural les acogió como animadores aceptables, o quizá como

sirvientes.

Mick Jagger y su esposa, Bianca, habían visitado a Lee Radziwill cuando estuvo alojada en Eothen, antes que los Stones. A partir de entonces fueron parte habitual del círculo de Warhol durante los años venideros. O quizá, tal como habría dicho el artista, era él quien formaba parte del círculo de ellos.

En su estudio de Union Square, con aspecto algo desmejorado.

42
1972–1973

JULIA WARHOLA REGRESA A CASA PARA MORIR | EL PRESIDENTE MAO Y LA NO MUERTE DE LA PINTURA | CON LA FLOR Y NATA DE EUROPA | LA BIG SHOT DE POLAROID, PARA LOS PECES GORDOS | EL AVISO DEL CÁLCULO BILIAR | *FRANKENSTEIN* Y *DRÁCULA* EN ROMA | CON WARHOL, LIZ TAYLOR OCUPA EL ASIENTO DEL CONDUCTOR

«Pienso en el pájaro que se me murió. Si fue al cielo de los pájaros. Pero la verdad es que no puedo pensar en ello. Simplemente se fue a dar un paseo».

> ¿Quién estará conmigo, Andy, cuando te vayas a Europa? ¿Quién se va a quedar aquí conmigo? ¿Cerrarás la casa? Te lo robarían todo, hijo mío, vendrían por la noche […]. Una cosa es durante el día, pero de noche me da miedo dormir aquí sola. ¿Lo entiendes, Andy? De noche tendría miedo de dormir. Pero ¿por qué te iba a importar eso a ti? ¡Ojalá no tuviera problemas de estómago, ojalá pudiera recuperarme de algún modo! Pero no creo que aguante mucho tiempo, porque me quedo sin respiración.

Julia Warhola pronunció estas palabras en ruteno un día de principios de 1970, mientras su hijo probaba su nuevo equipo de vídeo en la casa de Lexington Avenue. Estaba tumbada en su pequeña cama, contra las paredes de ladrillo sin encalar de su habitación del sótano, agotada, enferma y preocupada de no ser una buena modelo para las grabaciones de Warhol. No se dejaba engatusar por sus ofrecimientos de comida. «¿Quieres unas patatas? ¿Quieres unas patatas cocidas? —le decía en inglés—. ¿Un sándwich? ¿Un buen sándwich de los de verdad?».

Mientras la anciana confundía su sótano con el que habían compartido dos décadas atrás, en la calle Setenta y cinco, su mente vagaba. Añoraba la estupenda máquina de coser con pedal que su Andriiko había tirado unos años antes: «Yo no querría coser con una máquina eléctrica aunque me la regalaras». Estaba furiosa con la «vieja zorra» de una peluquera a la que culpaba de su costroso cuero cabelludo: «Con mis veinticinco dólares, me quemó la cabeza con esa cosa maléfica. Podría haber hecho que la arrestasen por lo que me hizo en la cabeza, que me duele desde hace mucho tiempo».

Incluso mientras Warhol se recuperaba finalmente de sus operaciones, debió de haber advertido que estaba perdiendo a la

persona que siempre había estado ahí para él. Su madre había pasado una semana en el hospital a comienzos de 1970, al parecer por una apoplejía, y había necesitado transfusiones y luego visitas a domicilio de una enfermera durante el verano. Tuberculosa, con el corazón enfermo y la mente debilitada, Julia Warhola acudió a constantes citas médicas durante el resto del año, a veces casi semanales. En cierta ocasión, la policía la encontró vagando por las calles y logró acompañarla a casa, gracias a que el frasco de píldoras que llevaba en el bolso tenía escrita su dirección. Cuando Warhol regresó a Lexington Avenue aquella noche, se molestó por que los polis hubieran entrado en su casa. Ese mismo deseo de privacidad era lo que le había impedido contratar cuidados domésticos para su madre, como sus hermanos habían confiado en que hiciera. Jed Johnson, por su parte, pensaba que Julia habría estado mejor en una residencia para ancianos, pero Warhol también estaba en contra de eso, aun cuando admitía estar agotado de cocinar para ella. Con todos los viajes que Johnson y él estaban empezando a hacer, es probable que se quedara a menudo al cuidado de otros, o a veces sola.

En el otoño de 1969, Warhol tuvo que regresar de su rodaje en París por la llamada de su sobrina Eva, la hija de Paul Warhola, quien le comunicó que tenía que dejar a la anciana para retomar su propia vida. «Yo le dije: "¿Qué vida?". Eva podría haber vivido en Nueva York y seguir cuidando de mi madre, pero no quería». Él también podría haberlo hecho. En la primavera siguiente, la pobre y anciana señora Warhola sufrió las muertes de sus dos viejos gatos y de su pájaro miná, aunque este debería haber vivido mucho más tiempo. Esas ausencias la dejaron más aislada que nunca en su sótano.

A comienzos de 1971, Warhol tuvo que perderse las festividades de Nochevieja por las necesidades de su madre enferma. A principios de mayo, maquinó un cambio importante para ella. «Supongo que tenías razón con tu idea de volver a llevarla a Pittsburgh —escribió Eva desde su nueva vida en Denver—. Me ha escrito mi madre y me ha contado que está comiendo realmente bien y que no está teniendo ningún problema con ella […]. Estoy segura de que será mucho más feliz. Está rodeada de gente, así que no se sentirá sola».

Pero la madre de Warhol no tardó mucho en convertirse en una carga excesiva para la familia de Paul Warhola. En su demencia, hizo la disparatada acusación de que su nieto Jamie le estaba robando los zapatos. A mediados de junio, Julia sufrió su segundo derrame cerebral, que la dejó en coma en el hospital durante más de un mes. Cuando recobró la conciencia quedó claro que sus familiares ya no podrían encargarse de ella; su mente vagaba muy lejos y sufría incontinencia. Ignorando las objeciones de Warhol, los hermanos encontraron una residencia en la que ingresarla. Estaba justo cruzando

Schenley Park desde su vieja casa, en Dawson Street, y pasó allí los últimos quince meses de su vida. Las facturas le llegaban directamente a su hijo, que telefoneaba a diario pero nunca iba a visitarla. Sí que hablaba de usar «The Warhola» como nombre para el nuevo cine que estaba planeando abrir en su solar de Great Jones Street.

En septiembre de 1972, una de sus primas por parte de los Zavacky que residía en Butler, Pennsylvania, escribió a Warhol una carta con una suave reprimenda —la última de varias— tras su visita más reciente a la vieja tía Julia:

> Creo que tu madre no seguirá por mucho más tiempo en este mundo. Cada vez está más débil y creo que se está aferrando desesperadamente a la vida para poder verte de nuevo. Su subconsciente está repleto de pensamientos sobre ti y no creo que a Dios le agrade que te mantengas alejado […]. Para mí resultaba lamentable verla caminar por el pasillo preguntando en todas las puertas si alguien te había visto, y les explicaba en nuestro idioma que estaba lista para irse a Butler conmigo pero no quería dejarte solo. De hecho, una vez intentó mover un pesado ropero de su habitación porque decía que tú eras tímido y te estabas escondiendo detrás […]. Estoy deseando oír la buena noticia de que has honrado el último deseo de tu madre en esta tierra: ver a su hijo, a ti.

Ese último deseo no se cumplió. Julia Warhola, que acababa de cumplir ochenta y un años, murió de un tercer derrame cerebral el martes 28 de noviembre de 1972, un hecho que pareció dejar a Warhol extrañamente frío cuando su hermano John lo llamó para darle la noticia. Respondió a sus sollozos con monosílabos y en tono cortante —quizá sus reservas fuesen fruto de la conmoción—, y le dijo que no podría asistir al funeral porque se pondría demasiado «nervioso». Le repitió una y otra vez a su hermano que se asegurase de mantener en secreto la muerte de su madre en la medida de lo posible. También le insistió en que encargara el más barato de los funerales, pues esos usos sociales carecían de sentido para el buen vanguardista de Warhol. Asimismo, le recordó a John que Julia —¿acaso secretamente tan vanguardista como él?— habría sido de esa misma opinión. El domingo antes de su muerte, nuestro artista había faltado a una comida importante con unos peces gordos: «Me sentía incapaz de ir a comer», escribió en su diario, al parecer porque había tenido noticias del empeoramiento de su madre. Pero el mismo día de su muerte estaba tan normal y ocupado; se tomó tres raciones de lasaña para cenar.

Warhol indicó a sus hermanos que encargasen «el funeral más barato» para su madre y no asistió. Ni siquiera sus amigos más íntimos, hasta el propio Jed Johnson, se enteraron del fallecimiento de Julia Warhola hasta mucho después, y de manera accidental, por los otros hijos de esta. Si los desconocidos le preguntaban por su anciana madre, esta siempre estaba de compras en Bloomingdale's. En aquel

triste otoño de 1972, un periodista le preguntó a Warhol qué tenía en mente, a lo que este respondió: «Pienso en el pájaro que se me murió. Si fue al cielo de los pájaros. Pero la verdad es que no puedo pensar en ello. Simplemente se fue a dar un paseo».

Justamente cuando el debilitamiento de su madre estaba llegando al final en Pittsburgh, Warhol, tal vez sintiendo cierta liberación de sus deberes filiales, estaba empezando a considerar su primer proyecto pictórico importante desde el tiroteo. El primero, de hecho, desde que concibiera sus *Flores*, en 1964. Un signo temprano de este avance llegó en septiembre de 1971 en un comentario de su propia boca, al parecer de improviso, en una conversación telefónica con su amigo David Bourdon:

> He estado leyendo mucho sobre China. Esa gente está chiflada. No creen en la creatividad. La única imagen que tienen es de Mao Zedong. Es genial. Parece una serigrafía. Es la única imagen que tienen de él. No creen que la gente sea creativa.

Al cabo de un par de meses, esas observaciones se habían tornado en inspiración, expresada con la habitual mezcla warholiana de perspicacia y libre asociación, o acaso se tratase de perspicacia nacida de la libre asociación. «Hoy en día, la moda es arte y el chino está de moda, así pues ¿debería hacer unos retratos de Mao? —le preguntó a Bourdon en otra llamada, mientras reflexionaban sobre la creatividad estancada de las estrellas del arte de los años sesenta como Robert Rauschenberg—. Podría ganar mucho dinero. Mao sería una locura de verdad… no haría falta creer en ello. Sería tan solo moda. Y además un retrato no se considera pintura. La moda es arte hoy en día […]. No hagas nada creativo, limítate a imprimirlo sobre un lienzo». Warhol hablaba de representar a Mao «en la misma clase de carteles que tienen en China… ya sabes, donde los hacen realmente grandes y serigrafiados. Los pintan a mano». (Véase el encarte en color).

El paso de la observación a la inspiración parece haber sido desencadenado por un llamamiento desesperado que Leo Castelli había hecho a Peter Brant: «Leo me dijo: “Tienes que conseguir que Andy se ponga a trabajar. No ha hecho nada desde los sesenta”». El proyecto de Mao resultante, que terminó generando alrededor de dos mil setecientas imágenes, comenzó siendo bastante humilde y democrático, quizá incluso comunista, como una vasta edición impresa publicada por Multiples, una empresa especializada en la venta de arte contemporáneo a un precio accesible a las masas, o al menos a la creciente clase media estadounidense. Cada una de las doscientas cincuenta series de la edición contenía diez grabados diferentes, que se vendían a quinientos cincuenta dólares cada uno o a

cuatro mil quinientos dólares por los diez. No era barato, pero estaba dentro del reino de lo posible para aquellos hogares de la nación que estaban al tanto de las últimas tendencias. El montante potencial de los grabados superaba con creces el millón de dólares, y estos se vendían a buen ritmo.

Cuando se presentó la serie en la galería Castelli de Nueva York, en noviembre de 1972, *The New York Times* ni siquiera la mencionó, lo cual permitía hacerse una idea de cuánto había caído la estrella de Warhol en el mundo artístico estadounidense. (Ni siquiera él asistió a la inauguración). Unos meses después, cuando los grabados de Mao se exhibieron en la Costa Oeste, una rara reseña insistió en su nuevo aspecto y su nueva técnica, que producían «efectos de pinceladas poco definidas eran extraordinariamente semejantes a la pintura». Las obras pop de Warhol habían logrado simular la reproducción mecánica, pero habían empleado la más informal de las técnicas artesanales de serigrafiado para ello; en contraste, los nuevos Maos utilizaban un complejo proceso multipantalla, desplegado por un estudio profesional de serigrafiado, a fin de simular los accidentes no mecánicos y las marcas expresivas de la pintura a mano tradicional.

En cada uno de los diez grabados de la serie, todos ellos bastante diferentes entre sí, la cabeza de Mao aparece rodeada de garabatos, dibujados en un negro mate que hace que parezcan añadidos a mano en el último momento. En los diversos grabados, el clásico traje mao del presidente cambia del morado al amarillo o al rojo, con salpicaduras de tonos más oscuros y más claros que hacen que casi —pero solo casi— dan la impresión de estar pintado a mano. La textura real se añade mediante el espeso entintado, que puede hacer que la superficie parezca grabada en relieve, como una «pintura al óleo» publicada por Hallmark. En el folleto de Multiples, destinado a ayudar a vender la colección, un Warhol insincero aseguraba que la espontaneidad, muy calculada y artificial, de sus grabados obedecía simplemente al hecho de que resultaba «más fácil ser desordenado». Acto seguido añadía, como un comentario algo a caballo entre un giro radical y una incongruencia, que «el expresionismo abstracto es la fase más grande del arte estadounidense». No cabe concebir una declaración más irónica.

Los *Maos* de Warhol, pese a todo su caos al estilo de Pollock, difícilmente podrían haber estado más alejados de la desvinculación social de la abstracción. Cuando los cuadros de la serie aparecieron por primera vez en escena, los maoístas de la vida real deambulaban por los pasillos de todos los departamentos universitarios, disparando críticas al azar contra los ideales burgueses de sus colegas menos radicales. Los insurgentes maoístas deambulaban por las junglas de Sri Lanka, disparando balas reales contra las tropas gubernamentales. El

famoso *Pequeño Libro Rojo*, que proporcionó la imagen utilizada por Warhol para sus cuadros, ocupaba por doquier los bolsillos revolucionarios.

En la nación más populosa del mundo, el propio presidente Mao estaba atareado imponiendo la ortodoxia comunista, enviando a las personas etiquetadas como intelectuales a cavar letrinas para los agricultores. En Estados Unidos, Richard Nixon se ganaba un titular tras otro por su acercamiento al autócrata: un par de meses antes de la primera charla de Warhol con Bourdon anunció un viaje a China, que hizo realidad justo cuando comenzó a crearse la serie de Mao. (Nuestro artista llegó a hacer su propio viaje a China exactamente una década después, cuando le pagaron para que asistiera a la inauguración de un club en Hong Kong. Le gustó la Gran Muralla).

El querido y viejo amigo de Warhol Emile de Antonio, el documentalista marxista que había contribuido al nacimiento de las primeras *Latas de sopa*, andaba justo entonces en plena faena rodando una famosa película sobre pintores contemporáneos, incluido nuestro artista, pero se aseguró de que quedara constancia de estas palabras: «Si tengo que elegir entre la pintura estadounidense y el intento de transformar la mentalidad de los hombres junto con la búsqueda de un alma colectiva, entonces estoy más interesado en lo que está haciendo Mao que en el arte de mis amigos». En el otro extremo del espectro político, un lector reaccionó con horror a la foto de un periódico que mostraba una serie de *Maos* de Warhol: «Mao Zedong ha asesinado alrededor de sesenta millones de chinos y ha causado la pobreza y el hambre en toda China […]. Colgar grabados de semejante persona en la pared es lo mismo que poner a Satanás en Nueva York para reemplazar la estatua de la Libertad».

Al igual que el mejor pop de Warhol de una década antes, los *Maos* se situaban entre la celebración y la crítica. Pese al auténtico y necesario compromiso político que señalaba el tema, los cuadros se negaban a revelar las intenciones de su creador. «En lo que atañe a la idea —decía un crítico—, el mensaje parece ser que incluso una figura tan militantemente puritana y anticapitalista como el presidente Mao puede transformarse en un objeto comercial para embellecer las paredes de los decadentes salones burgueses». Sin duda, pero los cuadros podrían haber transmitido asimismo el mensaje opuesto, y agradar así a la gente como De Antonio: que ni siquiera un salón burgués —ni siquiera el toque de un artista occidental «vendido»— podría negar el progreso ineluctable de los esfuerzos de Mao por transformar la mentalidad de los hombres y hallar un alma colectiva. O quizá sí que podría. Un crítico particularmente sagaz hablaba de los *Maos* como «imágenes de amenaza histórica para la clase dirigente» y aseguraba que, en manos de Warhol, ofrecían a sus clientes, de la

clase dirigente, «tanto un horror delicioso como una promesa de dominio emocional sobre este: pueden colgarlo en sus paredes».

Y el propio Warhol, como siempre, se negaba a admitir involucración alguna en su contenido. A un cronista de sociedad le contó que había elegido como tema a Mao un día en que tan solo tenía a mano pintura roja y naranja: «Esos eran los únicos colores de los que disponía, así que pensé en alguien a quien le sentasen bien».

A diferencia de *The Chelsea Girls* o «Raid the Icebox», los *Maos* no marcaban ningún alejamiento esencial de lo que Warhol había estado haciendo desde el principio con sus *Latas de sopa* y sus *Marilyns*. Había regresado a sus viejos juegos pop. Pero con su nuevo tema de rabiosa actualidad, parecía estar intentando subir la apuesta del pop art incluso mientras se afanaba como nunca en enturbiar sus aguas. Da la impresión de que los *Maos* hayan sido realizados con el sarcástico espíritu dadaísta de las primeras conversaciones de Warhol con Bourdon, a propósito de su «locura de verdad». Casi todos los detalles de aquellas primeras llamadas telefónicas están presentes en el proyecto acabado.

Los chinos, había dicho Warhol, «no creen en la creatividad», y al reproducir lo que estaba llegando a parecer la imagen más reproducida de la historia, Warhol se estaba vacunando sin lugar a dudas contra cualquier acusación de innovación al estilo occidental.

«Limítate a imprimirlo sobre un lienzo —había dicho el artista— realmente grande y serigrafiado», que era justo lo que había hecho cuando encargó a un técnico que proyectase su imagen de Mao sobre cuatro lienzos enormes, cada uno de ellos tan grande como un retablo de Rubens.

Warhol comentó que se había inspirado en los «carteles que tienen en China», y sus *Maos* lograron una excelente aproximación a semejante ubicuidad. El proyecto lanzó al mundo del arte unos doscientos lienzos de una única imagen, más otras dos mil quinientas copias en papel. En la China comunista, era un único icono de Mao el que se veía por todas partes, desde el aparador de una abuela hasta la puerta de Tiananmén; en el Occidente capitalista, fue el *Mao* de Warhol el que ha acabado por todas partes, desde las consultas de los médicos y los despachos de los abogados hasta las paredes de todos los grandes y nuevos museos.

Incluso la extraña contradicción en la descripción warholiana de las originales chinos —«parece una serigrafía […] los pintan a mano»— es una descripción formidable de su propia imagen de Mao, aunque tal vez al revés: «Parece pintado a mano […] los serigrafía». En los grabados que Warhol realizó sobre papel, todas las marcas «pictóricas» fueron trazadas de hecho a través de una pantalla con una regleta de impresión, no a mano con un pincel. En sus «pinturas» de Mao, la

imagen real al completo era asimismo el producto del serigrafiado; los espesos trazos de la mayoría de las obras no tenían nada que ver con el retrato de Mao, sino que eran un revoltijo casi arbitrario de pinceladas aplicadas sobre el lienzo básicamente antes de imprimir la figura sobre él. En lugar de revelar la esencia del alma expresiva o las pinceladas minuciosas de Warhol, ese revoltijo de pintura no era tanto un comentario sagaz sobre el manejo del pincel como una broma sobre este. Nuestro artista alardeaba de haber completado la pintura de los doce *Maos* enormes en un día, imaginando la producción que podría conseguir si mantenía ese ritmo: «Ojalá fuera un expresionista abstracto. Es tan fácil…, no beber y pintar un aluvión de cuadros». Definía su nuevo manejo del pincel como «pseudopintura abstracta», algo que podía hacer, según decía, «incluso sin pensar […]. Puedes ser desordenado y dejar goterones por todas partes».

Aparte de ser fácil y rápido de hacer, el estilo descuidado de Warhol reportaba asimismo un aumento en la eficiencia. Le ahorraba el exigente alineamiento entre la pulcra y definida pintura de fondo y la imagen proyectada encima, que había ralentizado su producción pop. A partir de entonces, podía bosquejar los colores de fondo a toda velocidad y luego enviar el lienzo para imprimir encima la imagen, sabiendo que sus «expresivas» pinceladas camuflarían cualquier extrañeza en la forma de unirse ambas capas.

Una noche en la que Warhol andaba trabajando en uno de sus *Maos* más grandes —de tales dimensiones que solo podía ejecutarse sobre el suelo de la sala de proyecciones que había en la sexta planta de su estudio—, un vídeo de los llamados *Factory Diaries* lo captaba aplicando pintura sobre el lienzo antes de enviarlo para el serigrafiado a su impresor, formado en Suiza. (En esa fase final era donde intervenían el verdadero heroísmo y virtuosismo; en los gigantescos cuadros de Mao, que el serigrafista insistía en llamar «grabados», era tremendamente difícil pasar la regleta).

Mientras Warhol trabajaba, explicaba su procedimiento a Jed Johnson y a Archie, el perro salchicha, y a quienquiera que le acompañase: «Cuanto más descuidado, mejor, chapucero y rápido». Comentaba que pintaba a la manera como cocinaba Julia Child, una referencia gastronómica al desorden y el caos por los que era conocida la chef francesa. La invocación de Warhol de la chapucería no era una hipérbole, como lo habían sido sus guiños a la producción mecánica. En el vídeo aparece extendiendo la pintura como un loco, utilizando a veces una brocha gorda de pintor para mezclar un montón casi aleatorio de colores directamente sobre la superficie del lienzo, con el fin de cubrir sus quince metros cuadrados en la media hora de que disponía hasta que se agotara la cinta de la cámara. Era todo tan informal que Warhol hablaba con su séquito sin problema mientras

ejecutaba su obra a toda prisa. Cuando Archie dejaba sus huellas en el cuadro, el artista usaba los dedos para disimular los daños. A veces se parece menos a Julia Child que al Cocinero Sueco de los Teleñecos.

Pese a todo el caos visible en los *Maos*, estos se han interpretado con frecuencia, especialmente en el mercado del arte, como el regreso al orden por parte de Warhol en los años setenta; es decir, como un antídoto para los experimentos invendibles y nada convencionales en el mundo del cine, la autocreación y el conceptualismo que había llevado a cabo en los años precedentes. Los *Maos* se han considerado el signo de un retorno total y heroico a la pintura por parte de un maestro acreditadamente grande. Sin duda, su repudio de ese medio superventas solo pudo haber sido en clave de humor. De hecho, el caos ingobernable de los *Maos* puede interpretarse con la misma facilidad como la apoteosis de dicho repudio. Justo cuando estaba realizando la serie, el vanguardista de Warhol continuaba declarando la muerte de la pintura, incluso el agotamiento de todo arte. Por consiguiente, no parece descabellado imaginar que podría haber envidiado la sola imagen del mundo artístico chino, donde «el único cuadro que poseen es el de Mao Zedong», pues el resto de ellos habían sido metódicamente erradicados en la revolución del país. La nueva «celebración» de la pintura por parte de Warhol puede interpretarse con la misma facilidad en clave irónica, como el último paso hacia su destrucción.

En cierta ocasión, un entrevistador llamó la atención de Warhol sobre el contraste entre sus obras pop, que habían sido impersonales y sin rastro alguno de la «mano» del artista, y algunos de sus retratos de sociedad de los años setenta, que «tienen mucho manejo del pincel y dibujo, y son expresionistas en comparación». A lo que el aludido replicó: «Yo preferiría limitarme a hacer una serigrafía de la cara sin todo lo demás, pero la gente espera algo más. Por eso incorporo todo el dibujo». Le gustaba desprestigiar las obras que pintaba con pincel como «trabajos manuales» y hablaba con sarcasmo de añadir «garabatos abstractos al estilo de De Kooning» para conferir a sus retratos un aire «más intelectual». Justificaba su regreso a la pintura como nada más que la última moda del mundo del arte —Leo Castelli convenía en que lo era—, y una vez admitió que prefería las instantáneas Polaroid de sus modelos a los cuadros que pintaba de ellos.

Cuando Warhol ofreció intercambiar un retrato del célebre Joseph Kosuth por una de las obras conceptuales del joven artista, este eligió el retrato «directo» (es decir, «sin todo lo demás») en vez de otro que incluía el manejo del pincel. Por otra parte, Henry Geldzahler, que tenía más conocimiento, rechazó una vez un retrato que Warhol le había hecho a mediados de los setenta porque se asemejaba

demasiado a la Polaroid en la que estaba basado: «¡Has dejado fuera el arte!», se quejó. Unos pocos años después, el artista dijo que quería intentar de nuevo el encargo. «Esta vez incluiré el arte», bromeó, y acto seguido entregó un nuevo retrato lleno de «jugosas pinceladas».

El «arte» de esas pinceladas podría haber sido arte comercial. «Podría ganar mucho dinero… no haría falta creer en ello; sería simplemente una moda»: así había ideado Warhol sus *Maos*. Estaba señalando su disposición a abrazar —o a fingir abrazar— el estilo moderno en aras del dinero que podía ganar. «El aspecto de estar pintados a mano [de los *Maos*] —decía el artista— está más de moda hoy en día». No mucho antes, cuando unos inversores estaban formando un consorcio para comprar una serie de retratos de Warhol, él les ofreció la elección entre una técnica escueta y otra basada en el manejo del pincel. Optaron por las pinceladas, sin dejarle la más mínima duda de dónde residía su mercado.

A veces, Warhol aplicaba de verdad la brocha en sus retratos con bastante independencia de los rostros en ellos, gracias a una técnica cercana a la cadena de montaje. Un ayudante describía cómo su jefe fregaba, literalmente, con pintura una vasta extensión de lienzo de una sola vez, y solo después decidía dónde serigrafiar caras sobre él para lograr el mejor efecto «pictórico».

Cuando los *Maos* estaban empezando a venderse, Warhol habló de abandonar el radical «nosotros» que había empleado como rechazo a la autoría para describir la creación artística en la Silver Factory (incluso cuando nadie más que él participaba en una obra) y regresar al «yo» tradicional del artista que empuña el pincel (incluso cuando había técnicos implicados en la creación de cada cuadro.) Hasta existe un cuaderno en blanco en el que practicaba diferentes versiones de su firma. En términos de marketing, el nuevo «yo» tenía perfecto sentido. Habida cuenta del rechazo a la cultura antisistema que estaba despegando en los años setenta, la idea de que un artista célebre como Warhol al fin volvier a empuñar el pincel parece haber supuesto un atractivo comercial irresistible, independientemente del controvertido tema que hubiera escogido para sus *Maos*. Conociéndole, nuestro artista se habría deleitado con esa tensión entre las ventas y el tema.

Warhol vendió en Suiza los diez primeros *Maos* que pintó a Bruno Bischofberger, quien organizó una exposición de ellos en un notable museo de Basilea y después en una prestigiosa galería de Turín. Más tarde, otros ciento treinta cuadros de Mao de todos los tamaños se incluyeron en un elaborado acuerdo comercial entre Warhol, Brant, Castelli y la venerable galería Knoedler: los cuadros de mayor tamaño se vendieron por casi treinta mil dólares —el mismo precio que una de las primeras piezas importantes de Warhol— y el total se acercó a los dos millones de dólares, con un pago por adelantado a su autor de

seiscientos mil dólares, con independencia de cuántos cuadros acabaran vendiéndose a coleccionistas.

En febrero de 1974, cuando los *Maos* de Warhol llevaban unos dieciocho meses circulando por el mercado mundial, Ileana Sonnabend organizó la muestra de un gran despliegue de ellos en el Palais Galliera de París. Se trataba de un vasto espacio para las bellas artes recientemente dedicado al último grito en arte y cultura, y su oportunidad de exponer allí parece haber tenido una especial significación para Warhol, como siempre sucedía con las exhibiciones en museos. Aprovechó la ocasión para conferir a sus cuadros una vena pospop, como ese último grito que era la instalación artística de cosas nuevas. Aceptó la sugerencia de Sonnabend de crear un papel pintado de Mao para colgarlo detrás de sus lienzos, a la manera en que había colgado vacas en las paredes de su panorámica en el Whitney. Entre los *Maos* del papel pintado y los *Maos* de los cuadros colgados sobre este, se contaban alrededor de dos mil presidentes chinos.

El arte comercial de Warhol dependía de conseguir que los coleccionistas considerasen sus *Maos* como productos del virtuosismo a la antigua usanza, presentando cada lienzo como el fruto de un momento de inspiración único con el pincel. Sin embargo, cuando llegó el día de su aparición pública como un vanguardista digno de un museo, el artista no tardó en dejar claro que los juegos con la serialidad y la producción en masa estaban todavía a la orden del día. Lo hecho a mano era una mera acción secundaria que había añadido a su estrategia principal.

En la primavera de 1971, Warhol entró por primera vez en el taller del serigrafista Alexander Heinrici para entregarle en mano, como medida excepcional, una inusual instantánea Polaroid. «Se trataba del barón de Rothschild desnudo, con una erección, en una gran silla», recordaba el impresor, explicando de ese modo que el propio Warhol hiciera de mensajero. «¿Puede hacer una pantalla de esto y luego una impresión sobre lienzo?», le había preguntado. Heinrici hizo ambas cosas, pero con resultados desconocidos. Aquel retrato de un priápico Eric de Rothschild, que por entonces contaba treinta años, nunca ha sido revelado al público. («La verdad es que me encanta —decía Warhol mientras trabajaba en el cuadro—. La idea es estupenda. —Y más tarde añadía—: Tiene una preciosa polla judía»). No obstante, el retrato se considera un hito que señala el comienzo de la escalada de Warhol a lo más elevado de la alta sociedad internacional.

El ascenso continuó a finales de ese año, cuando Warhol fue invitado a la celebración del centenario de Marcel Proust por parte de los Rothschild. Esta tuvo lugar en el disparatadamente grande castillo

de Ferrières, cerca de París, y se consideró el «baile del siglo», otro más en una época que parecía declararlos por docenas. Warhol, con un aspecto atildado de veras con su corbata blanca —debió de haberse sentido entusiasmado al ver su foto en la cobertura del evento—, llegó a cenar la misma langosta y el mismo *foie-gras* que la duquesa de Windsor, la princesa Grace de Mónaco y Elizabeth Taylor, que aquella noche casi era un miembro de la realeza en virtud de los tres millones de dólares en joyas que Warhol la vio lucir. (Algunas de ellas incluso eran suyas).

«Fue absolutamente increíble —le contaría, impresionado, unos días después a un amigo— estar sentado con Richard Burton, Elizabeth Taylor y Audrey Hepburn detrás de mí». Estaba encantado sobre todo de que Burton se hubiera dignado a estrecharle la mano: «Era muy dulce», dijo Warhol. La «dulzura» de aquel otro invitado aquella noche lo llevó a escribir en su diario que este parecía «un cadáver cuando estaba quieto y un fracaso de cirugía plástica cuando se movía… [un] caballero de película de terror». Ese mismo año, sin embargo, el ascendente Warhol sería descrito por una Rothschild —Pauline en esta ocasión— como una de las personas que «más le gusta conocer en profundidad».

El propio Eric de Rothschild ofreció asimismo a nuestro artista una visita privada a la bodega Château Lafitte. En sus notas sobre el recorrido, Warhol lo describió como un tipo bastante reservado, que le impresionó sobre todo con sus botellas mágnum: «Oh, Fred, tenemos que encargar esas botellas grandes. Parecen obras de arte. Vamos a comprar botellas grandes y a exponerlas en los museos». Cuando Warhol murió, quince años después, las notas de su visita a Lafite estaban en el escritorio de su dormitorio.

El desnudo de Warhol del joven barón marcó otro comienzo en la carrera del artista: inauguró el nuevo procedimiento que utilizaría en casi todas sus obras serigrafiadas posteriores. En lugar de ocuparse él mismo de la proyección, como había hecho en los sesenta, hacía o buscaba la foto que quería usar como imagen para una obra y luego encargaba a un profesional externo al estudio que la convirtiera en una pantalla y la imprimiera sobre el lienzo. Había una razón evidente para que todo el trabajo sobre el desnudo se llevara a cabo discreta y reservadamente, pero sin duda Warhol disfrutaba con esa subcontratación de la labor. Su miedo a los incendios hacía que estuviese también ansioso por desterrar de su estudio los disolventes del serigrafiado. Durante el resto de la década, los pasillos del metro estuvieron llenos de subalternos que llevaban fotos y lienzos de acá para allá entre Warhol y su impresor, pues aquel rara vez realizaba el

trayecto en persona.

A pesar de las «jugosas» pinceladas que nuestro artista pudiese introducir en su pintura de fondo —y se mantenía inflexible en que nadie más interviniera en aquella fase del trabajo—, el resto del proceso era bastante menos intervencionista de lo que jamás había sido su «producción mecánica» en la Silver Factory. Sin embargo, cuando sus clientes posteriores acudían a recoger sus tesoros, Warhol fingía con frecuencia que habían sido creados recientemente en los cuartos interiores del estudio. Heinrici recordaba que, cuando comenzó a hacer serigrafías para él, el artista se quejaba de que eran demasiado perfectas para pasar por sus obras: «En el futuro tienes que cometer algunos errores, o la gente no creerá que son de Warhol». Hizo falta algo de práctica hasta que el impresor formado en Suiza llegó a coger el tranquillo.

Otro cambio técnico aconteció en el arte de Warhol no mucho después de que Heinrici se le uniera como su impresor. En mayo de 1971, Polaroid lanzó una extraña cámara llamada Big Shot, y Warhol se convirtió pronto en su mayor y probablemente el único admirador entre los artistas. Se puso a utilizarla para la inmensa mayoría de sus retratos. Cuando la cámara dejó de fabricarse, al cabo de un par de años, se pasó la década siguiente en busca de Big Shots de segunda mano para almacenarlas como repuestos. Incluso solicitó la ayuda de amables empleados de Polaroid.

La cámara era un artefacto de aspecto absurdo hecho de plástico tosco, como las respetables cámaras Polaroid de los años sesenta pero con un tubo de veinticinco centímetros injertado en la parte delantera y un ridículo objetivillo pegado al final. «Este es el modelo más barato», dijo Warhol cuando un periodista advirtió que sobresalía de su equipaje de mano. Eso era ciertamente lo que parecía y en realidad solo costaba veinte dólares. Pero no por ello dejaba de ser un arma secreta para el artista. No usaba la Big Shot con ironía, como un juguete que fingiera tomarse en serio; como una pieza de la cultura popular utilizada para propósitos elevados. Se trataba de un aparato casi único y verdaderamente funcional. Como de costumbre, la pose de humildad de Warhol ocultaba conocimientos y gustos sofisticados.

«Caras grandes, la clase de fotos que más quieres —rezaban los anuncios a toda página publicados por Polaroid para su nuevo producto—. Su distancia focal ocupa el lugar de costosas cámaras con complicados objetivos o accesorios especiales. Las fotografías son prácticamente de rostro entero, como las de los estudios fotográficos», precisamente lo que Warhol necesitaba para su nuevo arte durante los setenta. Ese largo tubo en la parte delantera de la cámara permitía que su lente, de plástico, funcionase a modo de teleobjetivo, como el que usaban y siguen usando los profesionales para lograr un favorecedor

efecto de aplanado en sus retratos. Por fin, la Big Shot permitía hacer una foto Polaroid de la cabeza desde una distancia suficiente para que la nariz del modelo no se distorsionase en una probóscide como la de Jimmy Durante; era una especie de palo selfi de su tiempo. Pero la fabricación barata de plástico y de baja tecnología de la Big Shot implicaba que, a diferencia de las gigantescas cámaras de estudio que podían hacer favorecedores retratos instantáneos, era lo bastante ligera para ser portátil. Podía utilizarse casi como las Instamatics que a Warhol siempre le habían encantado. Incluso requería los mismos cubos de *flash* baratos que estas. Básicamente no podía usarse sin ellos, pues su pobre óptica apenas permitía la entrada de luz. Pero incluso eso contribuía a que la cámara produjese un falso efecto de estudio. Sus cubos de *flash* se montaban justo encima del objetivo, con un pequeño difusor delante, lo cual significaba que cualquier rostro que fotografiase quedaba casi sin sombras. Eso le resultaba muy útil a Warhol, quien necesitaba que la cara de sus modelos pareciera lo más gráfica y plana posible —casi como las *Latas de sopa* pintadas— y su piel, tan lisa como pudiera estar. Como dijo en cierta ocasión, la Big Shot «disuelve las arrugas e imperfecciones». A ello contribuía, antes de hacer la foto, una capa de maquillaje blanco increíblemente espesa que el artista ordenaba aplicar a cualquier pedazo de carne expuesta en sus modelos femeninas más elegantes. Tras el disparo podía practicarse una cirugía plástica aún más significativa trabajando sobre la imagen fotográfica en las primeras etapas del proceso de serigrafiado: «Yo tenía que eliminar las papadas y las bolsas de los ojos, así como las patas de gallo», decía el impresor de Warhol. Con todo, eso no impedía que varios clientes devolvieran sus retratos cuando todavía no salían suficientemente favorecidos.

«Bruno es una de las mejores personas que conozco —confesaba Warhol a un amigo no mucho antes de las navidades de 1971—. Quiero decir que es muy dulce y muy buena persona. Y le encanta el arte». Eso era todo un aval para Bischofberger, dado que nuestro artista y él estaban en plena negociación de un acuerdo sobre retratos que era mucho más financiera que estética, por lo que fácilmente podría haber generado maldad en ambas partes. El trato, que se cerró a principios del año siguiente, otorgaba a Bruno Bischofberger derechos exclusivos sobre todos los encargos europeos de retratos que recibiese Warhol, cuyo precio sería de veinticinco mil dólares para un primer lienzo y cinco mil para sus sucesivas reproducciones. El precio de esas imágenes «extra» alcanzaría los quince mil dólares, y el trato en su conjunto recuerda las ampliaciones baratas que solían hacer los comercios donde, por un pequeño cargo adicional, podías conseguir

varias copias de tu imagen en una sola hoja de papel fotográfico. Warhol había utilizado justamente esas impresiones en *Esquire*, a finales de 1969, para un amplio reportaje sobre sus instantáneas, incluido un autorretrato con sus cicatrices hecho durante su estancia en el hospital.

Durante algún tiempo, Warhol parece no haber estado seguro de cuánto podía dejar, o aceptarlo siquiera, que su proyecto de retratos tomara el control de su producción artística. Había habido una sección de «retratos» en la panorámica que inició su gira en Pasadena a comienzos de los setenta, pero en ella se habían exhibido sobre todo sus *Marilyns*, *Lizes* y *Jackies*; los únicos contemporáneos incluidos en la muestra eran eminencias del mundo artístico cuya presencia no heriría susceptibilidades.

En el otoño de 1972 declaró a un reportero que solo hacía «un retrato ocasional si alguien nos pide que hagamos uno», y le contó a otro periodista que su plan era realizar únicamente un par de retratos al año, nombrando a Brigitte Bardot y a su exmarido coleccionista de arte como la pareja de ese año; como temas, preservaban todavía algún vínculo con el arte y con las primeras estrellas del pop temprano de Warhol. De hecho, sin embargo, por esa misma época el artista tenía en danza cuarenta y cinco lienzos de retratos. Los sujetos de aquel año habían incluido desde un magnate alemán de la venta por correo, pasando por un productor de televisión, hasta Yves Saint Laurent, un nuevo amigo que estaba dedicado a la sazón a transformar el desarrollo de marca y el marketing de la alta costura, como Warhol estaba haciendo con el arte elevado.

En un principio, nuestro artista había intentado conferir un vigor singular a sus retratos, de suerte que estos pareciesen arte «serio». Varios de sus primeros modelos se descubrieron distintivamente poco atractivos. Al poco tiempo, sin embargo, el artista comercial que había en Warhol —o posiblemente el vanguardista antivanguardias que había en Warhol— había decidido que era preferible que sus retratos de sociedad fuesen halagadores, como lo habían sido esos cuadros en tiempos de Velázquez o de Sargent.

En una fiesta de Nochevieja en St. Moritz en 1973, Warhol abordó a la leyenda de las carreras de coches Jackie Stewart con la idea de hacer retratos suyos «con el deporte como trasfondo y todo lo que has hecho», a la manera en que George Washington había sido pintado con escenas de sus batallas tras él. «Andy, yo no podría permitirme pagar lo que estás pidiendo en estos momentos», le dijo Stewart, a lo que el artista replicó: «Yo te regalaré los cuadros siempre y cuando tú me cedas los derechos globales sobre los grabados y las litografías». El piloto reconoció que, al no haber aceptado la oferta, había tomado la peor decisión comercial de su vida. Unos cuantos coleccionistas de

Warhol ya habían empezado a tratar sus retratos por encargo como proyectos empresariales, agrupándose para comprar «participaciones» en series de retratos que luego podrían revenderse. Eso debió de haberle hecho pensar en términos análogamente corporativos.

Unos meses después, al mismo tiempo que los *Maos* de Warhol estaban consiguiendo el marchamo de arte plástico con su exposición en el Galliera, la primera gran difusión pública de sus retratos recientes se estaba presentando en la galería de Ileana Sonnabend, al otro lado del Sena. En ella se incluían asimismo figuras del mundo del arte tales como la propia Sonnabend y Leo Castelli, pero ahora se introducía también a un joyero veneciano estrafalariamente vulgar llamado Attilio Codognato, así como a Yves Saint Laurent y Hélène Rochas, una vieja estrella del mundo de la moda parisino. Un crítico de la capital francesa calificó de tiernos los retratos; otro los definía como crueles. Estos dos polos han configurado desde entonces las ideas relativas a los retratos de Warhol. En cualquiera de los casos, aquel momento en París señaló que el vínculo entre su arte y su ambiente social había sido plenamente forjado.

Cannes, Ciudad de México, Zúrich, St. Moritz, Milán, Venecia, Londres, Múnich, Hamburgo, Berlín, Frankfurt: estos son algunos de los destinos internacionales en los que Warhol había aterrizado durante los primeros años setenta y que condujeron a sus éxitos con los Rothschild. Iba acompañado con frecuencia por Brant o Bischofberger y casi siempre por Fred Hughes o Bob Colacello, a veces por los dos. (Un amigo malicioso llamaba a esa pareja «los jefes de camareros»). Si un viaje no estaba organizado desde el comienzo en torno a citas con modelos y clientes para retratos, la caza de estos encargos se iniciaba nada más llegar, quizá incluso en el avión de camino. Nuestro artista no dejaba de instar a Hughes y Colacello para que ofrecieran a cualquier persona rica que encontraran la posibilidad de convertirse en un auténtico Warhol. «Declararse» era la expresión que empleaba el artista para dicha petición, y esperaba que su gente lo hiciese a diestra y siniestra.

En abril de 1973, Warhol se tomó un respiro claramente no planificado en sus frenéticos viajes, ventas y autopromoción.

«¡Jamás he visto nada semejante en mi vida, y he visto muchas cosas! —dijo su amiga Diana Vreeland recordando una cena a la que asistieron los dos como invitados—. Andy llegó con Fred y se desplomó, literalmente, a causa del dolor más insoportable que quepa imaginar. De algún modo conseguimos llevarlo a la habitación y tumbarlo en la cama, y llamamos a una ambulancia, lo que en Nueva York es como pedir comida china: ¡tardan una eternidad! Andy se

retorcía de dolor, pero estaba manso como un cordero». El problema eran los cálculos biliares, que suelen pasar desapercibidos pero, en los peores casos, pueden ser como el más angustioso ataque al corazón, y eso era a todas luces lo que le ocurría a Warhol. Lo ingresaron en el hospital para un tratamiento que por lo general habría incluido una cura directa y definitiva: la cirugía para extraer su cálculo biliar e impedir una infección grave y potencialmente letal. Pero los cirujanos eran reticentes a operar a alguien cuyo cuerpo herido ya había sufrido tanto. Es probable que su vacilación se viese agravada por la extremada resistencia de Warhol a pasar por el quirófano.

Todos los amigos del artista hablaban del tremendo temor a los hospitales y a las operaciones que se había adueñado de él a raíz del atentado sufrido. No obstante, incluso para los terrores irracionales, aquello no tenía mucho sentido. Debía de saber que si estaba vivo era gracias a los cirujanos que lo habían operado cinco años atrás en el hospital Columbus —había hablado maravillas de los cuidados recibidos— y que la vida de su madre probablemente también se había salvado por la cirugía a la que se sometiera un cuarto de siglo antes para tratar el cáncer. Incluso su segunda operación, para corregir el drenaje de sus heridas de bala, le había causado más beneficios que perjuicios, pese al dolor sufrido después. Podría ser que la muerte de su madre, ocurrida tan solo seis meses antes de su ataque de vesícula biliar, le causase una especial inquietud acerca de su propia supervivencia, y que de algún modo ligara la extirpación de la vesícula biliar de su padre, mucho tiempo atrás y que parece haber sido perfectamente exitosa, a la muerte de este, más de una década después. (Sus hermanos han barajado que pudiera existir alguna conexión).

Cualquiera que sea la razón, en lugar de cirugía Warhol fue sometido a un tratamiento azaroso con fármacos y dieta. Durante años le recetaron varios medicamentos de dudosa efectividad para disolver los cálculos; a partir de esa primavera empezó a preocuparse más que nunca de lo que comía. Si antaño se deleitaba con la perfección lograda en la confitería Dumas, a unos pasos de su casa («tiene un sabor especial a mantequilla y es la mejor pastelería del mundo»), ahora aseguraba estar dedicado al té con un tostada, el pollo cocido y el maíz. «Nada complicado, sin sal ni mantequilla —le contó a un crítico gastronómico—. Me gusta ir a malos restaurantes, porque así no tengo que comer. La comida de los aviones es la mejor comida; es simple, la tiran rápidamente y está tan mala que no tienes que comértela». Warhol estaba exagerando su ascetismo con el fin de brindar una buena cita. Pasó a disfrutar con regularidad de muchos excelentes restaurantes y hablaba con frecuencia de lo que comía en ellos; no descartaba el hígado con kiwis, lo último en *nouvelle cuisine*.

No obstante, algunos amigos recuerdan los montones de comida que dejaba en el plato o se limitaba a empujar de un lado a otro.

Cabría decir que los medicamentos recetados y su cuidado de la alimentación hicieron algún bien a Warhol. Sobrevivió otros catorce años de problemas crónicos en la vesícula biliar. O podría decirse que de poco le sirvieron, pues fue esta misma la que le condujo a su muerte, al cabo de esos catorce años.

En los meses posteriores a su crisis, Warhol seguía siendo muy cuidadoso con lo que comía. Mientras toda su mesa en un restaurante de moda en Roma se atiborraba de fettuccini con trufas, él pidió prosciutto con higos y no se comió el prosciutto. Pero al menos se encontraba lo suficientemente bien para haber viajado a Roma.

En un año de viajes constantes, Warhol pasó más tiempo en la capital italiana que en ningún otro lugar del extranjero. Por una vez, el motivo tenía poco que ver con su nuevo arte o negocio de los retratos. En su lugar, viajó allí como productor de películas. Llevaba siglos hablando de conseguir que alguien, cualquiera, le concediese ese legendario «millón de dólares» para crear un espectáculo (más o menos) convencional, filmado en película de treinta y cinco milímetros, digna de Hollywood. Ahora Warhol había encontrado a ese mecenas en el prominente productor italiano Carlo Ponti, cuyos créditos incluían muchas de las películas de arte y ensayo más famosas y rentables de la época: *La strada*, de Fellini; el *Doctor Zhivago*, de David Lean, y el *Deseo de una mañana de verano,* de Michelangelo Antonioni.

Warhol llevaba ya algún tiempo interesado en filmar alguna clase de película gore —había estado hablando de *Dracula's Baby*, ese «musical de terror»— y, a finales de 1972, Paul Morrissey había escrito un par de tratamientos de películas para satisfacer los deseos de su socio. Uno de ellos, aferrándose al tema de los vampiros, se titulaba *Blood for Dracula*. El otro, *The Frankenstein Family*, iba acompañado de nombres de actores escritos a lápiz y de una profusión de enrevesadas anotaciones. El doctor Frankenstein, su mujer y sus tres hijos, decía el tratamiento, «se distinguen por sus ojos inusualmente separados; un caso de endogamia que se extiende a una deformación ocular». A pesar de ese desafío para el equipo protésico de la película, Warhol y Morrissey lograron vender a Ponti ambas ideas. Los beneficios europeos obtenidos ya por *Flesh*, *Heat* y *Trash*, de Morrissey, unidos a la reputación en el mundo del arte de su «presentador», Andy Warhol, habrían contribuido en gran medida a convencer al italiano de que esas dos películas de terror serían su próximo éxito. Para marzo de 1973, habían firmado un contrato en

virtud del cual Ponti se comprometía a invertir ochocientos mil dólares en las dos películas, que se rodarían consecutivamente en el famoso estudio de sonido de Cinecittà de Roma, con unos honorarios de cien mil dólares a repartir entre Morrissey y Warhol, más una parte de las ganancias. El 1 de mayo nuestro artista estaba en la capital italiana para unirse a su equipo habitual: Morrissey, Fred Hughes y Jed Johnson, además de Pat Hackett y Bob Colacello, que realizaban visitas ocasionales.

Al encontrarse con un presupuesto que no se asemejaba a nada que hubiesen visto hasta entonces, Warhol y Morrissey ampliaron al instante sus ambiciones. No solo rodarían en treinta y cinco milímetros, sino que también lo harían en 3D. Esa torpe tecnología implicaba que Morrissey tenía que renunciar a la dirección y la actuación espontáneas que siempre había empleado para producir básicamente unas películas estándar, con guion y poco naturales, que no diferirían demasiado de otros filmes de presupuesto medio realizados en esa época, exceptuando que tendrían más desnudez y una violencia todavía más cruda. Gene Siskel, no asociado aún con Roger Ebert, declaró la *Flesh for Frankenstein* de Morrissey un fracaso total, «una mezcla de letargo abyecto y gore repulsivo». Muchos otros críticos fueron menos amables y más crueles aún con su *Blood for Dracula*.

«Solíamos hacer películas solo para nosotros mismos, pero aquello resultaba aburrido —había declarado Morrissey a un periodista unos años antes—. Es mucho mayor el reto de intentar hacer algo que entretenga a millones de espectadores. Es una disciplina mejor y, a largo plazo, permitirá realizar mejores películas». En 1973, el largo plazo todavía estaba por llegar.

En realidad, las dos películas entretuvieron lo suficiente para hacer una buena taquilla, especialmente dados sus modestos costes; *The New York Times* calculó un total de diez millones de dólares solo para *Frankenstein*. Pero, al parecer, la forma en que Ponti había redactado el contrato impedía que Warhol y Morrissey vieran su parte de los beneficios. Aquella decepción contribuyó a un grave desencuentro entre los dos, y Morrissey se quedó en Europa tras el rodaje y jamás volvió a trabajar en ningún proyecto de Warhol. La relación tampoco se vio favorecida por el estilo arrogante que aquel decidió adoptar durante la producción, que se diría digno de Josef von Sternberg en su faceta más tiránica. Sus colaboradores Pat Hackett (que se dedicaba a diario a los guiones) y Jed Johnson (que trabajaba como director de producción y luego editor) se quejaban a Warhol de ser tratados como peones, aunque sus esfuerzos bien pudieron haber salvado la producción.

Morrissey ya era conocido por sus accesos de mal humor, pero las

presiones del rodaje romano lo empujaron hasta nuevas cotas. «Estaba rarísimo anoche —contaba Colacello, cotilleando con Warhol en una taberna de la ciudad—. Se acercó y dijo: "¿Os gusta esta cerveza?, ¿os gusta? Es la peor cerveza del mundo". Aquí todo es "lo peor del mundo". Decía que la mejor cerveza era la alemana, pero cuando estuvo en Alemania, allí también todo era "lo peor del mundo"».

Warhol parece haber disfrutado mucho más en Roma. Él y su siempre cambiante lista de jóvenes socios se alojaban en una villa en la Via Appia, la Villa Mandorli, donde vivía toda la gente elegante. La residencia contaba con un espacio verde donde el artista se dedicaba ocasionalmente a la jardinería, quizá por primera vez desde que ganó aquel premio por sus flores en Dawson Street. Había también una cocinera italiana, sufrida pero abnegada, a la que Warhol compadecía a la par que admiraba cuando hacía lo posible para complacer a sus difíciles «chicos». En la villa, él y Jed Johnson vivían abiertamente como una pareja, o más bien una familia, dada la constante presencia de Archie, el querido perro salchicha de Warhol. (Una mañana, este se meó en su cama, y Warhol se preocupó por el castigo que Johnson le infligiría si se enteraba). «Yo pensaba que eran muy muy íntimos, como una pareja —decía Daniela Morera, una visitante frecuente que había sido nombrada recientemente "corresponsal en Milán" de *Interview*—. Los veía muchas veces en una actitud muy sentimental y muy dulce». En opinión de todos, Johnson ejercía un efecto tranquilizante sobre Warhol, mitigando su frenética socialización.

Los otros miembros del equipo neoyorquino de la villa se dedicaban a todo tipo de jolgorios y rivalidades, que nuestro artista se deleitaba presenciando. Una noche de ebria locura, vio que Joe Dallesandro llamaba «marica» a Morrissey justo debajo de su ventana. «¡Cierra el pico, asqueroso!», fue la respuesta. Tras aquel episodio, varias personas compartieron la misma bañera a las tantas de la madrugada, y finalmente llegó la reconciliación entre Dallesandro y Morrissey, que habían andado a malas a lo largo del rodaje de la película. En general, eran una panda de bebedores, con Fred Hughes a la cabeza. El propio Warhol no era lo que se dice abstemio.

Nuestro artista siempre se había deleitado contemplando las debilidades humanas, por lo que los conflictos en la villa le transportaban al séptimo cielo. «La cena estaba lista, así que comí —registró en una entrada de diario—. Teníamos pescado, que el chico de la sala de edición le había vendido a Jed. Paul dijo: "¿De dónde ha salido esto?", y Jed contestó que la madre del muchacho tenía una pescadería. Paul replicó: "Eso no significa nada". Jed repuso: "Pues no significa nada. No te lo comas". Silencio».

Warhol era capaz de mantener cierta distancia, tanto gerencial como emocional, respecto de la turbulenta producción

cinematográfica a la que estaba ligado su nombre. Cuando veía las primeras pruebas, siempre le parecían «geniales». Ese alejamiento le dejaba mucho tiempo para mezclarse con las élites locales —«la ultrachic y aristocrática casta de la sociedad romana», decía un observador indignado—, así como con la legendaria gente del cine. Llegó a conocer al director Vittorio De Sica (*Ladrón de bicicletas*, *El jardín de los Finzi Contini*), quien le dijo que admiraba sus cuadros. También pudo presenciar la locura de un rodaje de Federico Fellini. Warhol fue testigo de una procesión que incluía «un acordeonista ciego, un niño pequeño que tiraba de su bastón, personas desfilando con cestas, otra vez un coche de caballos, un árbol de plástico enorme», y luego se reunió con el director en su comedor privado de Cinecittà:

> Todos eran agradables y encantadores […]. Comida extraña. Vino fuerte. Chianti. Intenté hablar de *Pink Flamingos*, pero aquello se perdió en la traducción. Le gustaba *La naranja mecánica*, creía que era buena. Era una película que a mí me parecía terrible. Paul tiene razón, en realidad Fellini debe de haber querido ser pintor y por eso pinta películas…
>
> Creo que yo no sería capaz siquiera de aprender un idioma extranjero. Cada vez que tenía que decir una palabra, me reía o algo por el estilo; tenía que hacerme el gracioso.
>
> De regreso en la villa. Misión cumplida.

El momento culminante del programa social de Warhol en Italia fue un encuentro con una figura no de Cinecittà, sino de Hollywood. En agosto, tras su regreso a Nueva York durante una parte del verano, volvió a Roma con un papel completamente nuevo: como actor, y no en una de sus películas sino en un filme hecho a la medida de Elizabeth Taylor, titulado *The Driver's Seat*. La actriz interpretaba a una mujer atribulada que llegaba a Roma en busca de un nuevo amante que resultaba estar dispuesto a matarla. Warhol tenía un importante papel frente a ella como «un rico asqueroso de nacionalidad y ocupación no reveladas» a quien Taylor rechaza en su búsqueda de su pareja ideal (y su pesadilla). Obviamente, a él le ofrecieron el papel debido a la celebridad de su nombre y su cara, y porque el productor era amigo suyo. Contó que lo había aceptado por la posibilidad de pasar tiempo con Taylor, la mujer cuyo rostro había serigrafiado tantas veces exactamente una década atrás, y porque pensaba que no tendría que pronunciar ninguna frase. Se sintió decepcionado al descubrir que sí y apenas pudo soportar la tensión de aprenderse el guion.

Warhol y Taylor habían cruzado sus caminos en aquella gala de Proust de 1971, que, sin embargo, no parecía contar (para él) ni ser recordada (por ella). Cuando tuvo lugar el encuentro en Roma fue en el avance cinematográfico de Taylor, en el que ella se quejó de que

jamás había recibido una copia de su famoso retrato pop y Warhol buscó la posibilidad de hacer uno nuevo: «Sería estupendo si pudiera disparar unas cuantas fotos con mi Polaroid y hacer un nuevo retrato tuyo, porque el otro fue a partir de fotografías de periódicos y este sería mejor y, bueno…, podría regalarte uno». Las cosas se tornaron más íntimas, y mucho más extrañas, cuando estrecharon vínculos en aquel evento, a propósito de las lesiones que ambos habían sufrido: Liz hizo palpar a Warhol sus vértebras aplastadas y él se desabrochó la camisa para mostrarle sus heridas de bala. Un par de días después, él organizó una gran comida para Taylor en su villa, con platos preparados por todos los cocineros del barrio, ninguno de los cuales comió la actriz, y una multitud de personalidades locales, de ninguna de las cuales se despidió antes de largarse indignada. Warhol culpó a su grabadora por ahuyentarla.

Ambos volvieron a coincidir en Roma en octubre para rodar otra escena de la película de Taylor, cuando estrecharon sus vínculos y trabaron una amistad que duraría muchos años. Warhol jamás llegó a hacer ese segundo retrato de ella, pero la actriz sí que se agenció una copia del primero.

Con «la gente guapa»: Halston, Bianca Jagger y Liza Minnelli.

43
1974

LA OFICINA CENTRAL DE WARHOL EN PARÍS | *INTERVIEW*, MODA Y SOCIEDAD | HALSTON Y EL GLAMUR | LA TRANSGRESIÓN DE GÉNERO DE *DAMAS Y CABALLEROS* | LA FILOSOFÍA DE ANDY WARHOL (Y DE SUS ESCRITORES FANTASMA) | *POPISM*, UNA (NO) AUTOBIOGRAFÍA

«El asunto del "ascenso social" sencillamente no es cierto. Pero ¿por qué me fastidia tanto? No sé por qué, es así y ya está».

Un día de febrero de 1974, a la hora de la comida, en la antigua Île de Saint-Louis de París, había un sirviente apostado detrás de cada comensal en la gran Galerie d'Hercule del hotel Lambert, que antaño frecuentaran Voltaire y George Sand. Los platos y los cubiertos eran dorados, y también los invitados eran de oro. El anfitrión de la comida era el absurdamente esnob de Alexis von Rosenberg, barón de Redé. (Rico, sí, pero el «von» y el título eran falsos). Lo acompañaban a la mesa la baronesa Marie-Hélène de Rothschild, la princesa de Polignac y la baronesa de Waldner. Entre otros visitantes figuraban miembros de la menos elevada nobleza que la cultura puede proporcionar, como el prometedor diseñador de moda Yves Saint Laurent y su colaboradora y musa Loulou Le Bailly de la Falaise, hija de un marqués. También estaba presente el pintor estadounidense Andy Warhol, inapropiadamente vestido con vaqueros y *blazer*, acompañado por sus ayudantes Frederick Hughes y Robert Colacello. Nuestro artista se hallaba en París con motivo de su exposición de Mao en el Galliera, y aquel era el mundo al que ascendía con ansia a la sazón. Sentada junto a él estaba la propia madame de Rothschild, pero, sintiendo que el artista andaba a la caza del encargo de un retrato, se pasó toda la comida girada hacia Saint Laurent. No importaba. El pequeño Andy Warhola, el rusino de nariz colorada de Dawson Street, disfrutaba genuinamente de lo lindo al descubrirse admitido en aquellos círculos refinados.

«A Andy le gustaba de veras París —decía Jed Johnson, que le acompañaba con frecuencia—. Se sentía más aceptado en la sociedad parisina que en Nueva York, y eso le encantaba. Era glamuroso». Ya en 1973, Fred Hughes había llenado un apartamento de antigüedades

en la orilla izquierda del Sena para que funcionase como la oficina central europea de Warhol. Él estaba más fascinado aún que nuestro artista con lo más selecto de la alta sociedad, y se afanaba en colocarla en el centro de la empresa de su jefe.

«Hagamos una revista totalmente diferente. Deshagámonos de lo *underground*. Convirtámosla en una revista para gente como nosotros». Con esas palabras, Hughes ayudó a relanzar *Interview* como órgano oficial de la socialización del estudio.

«Poco a poco, *Interview* fue dedicándose cada vez más a la moda y a la sociedad, además de a las películas. —Así recordaba Bob Colacello la transformación—. Seguíamos difundiendo la idea de lo que era el cine. Empezamos entrevistando a las personas si habían aparecido un minuto siquiera en una película, o si habían diseñado algo para alguna, o si habían conocido a cualquier estrella de cine. O si habían visto alguna vez una película. Y después la revista fue ocupándose gradualmente de la vida social de Andy, que lo abarcaba todo». *Interview* se estaba convirtiendo, decía Colacello, en «la crónica interna de la vida de las celebridades en los setenta».

Incluso antes del almuerzo palaciego en París, su revista había publicado en el lapso de tres números reportajes sobre Yves Saint Laurent y Loulou de la Falaise, que habían asistido con Warhol a la comida, y sobre la princesa Cristina de Suecia, que superaba con creces el rango de aquellos nobles franceses con los que había compartido mesa. Warhol se ocupó personalmente de aquella entrevista.

«Andy establecía una intimidad inmediata con las celebridades a las que entrevistaba —recordaba una empleada de la revista que había presenciado el proceso (era, cómo no, la hija de un senador)—. Confiaban en él; después de todo, él era uno de ellos […]. Era capaz de arrebatarle una historia al tipo más huraño y distante». Ahora bien, para establecerse como «uno de ellos» —a fin de vender retratos a los ricos y famosos, así como la idea de aparecer en *Interview*—, Warhol tuvo que aparentar ser más conservador y convencional de lo que en realidad era, o al menos de lo que había sido en la década precedente. Junto con Fred Hughes, que hacía una ostentación impecable de su estatus (si bien poseía un derecho real a él), Bob Colacello contribuyó a ese sutil desplazamiento hacia la derecha. Este había crecido en una familia republicana; sus padres habían llegado a aceptar el trabajo de su hijo con Warhol solo cuando oyeron que Nelson Rockefeller, gobernador republicano de Nueva York, era un mecenas de su arte y había aparecido por el estudio. Colacello jamás se despojó de las ideas políticas de sus padres, convirtiéndose en un vínculo crucial entre Warhol, un demócrata y progresista de por vida, y sus clientes (incluso presidentes) de derechas. *The Wall Street Journal* describía cómo

Interview, bajo el influjo de Colacello, conoció el éxito publicando «fotos mensuales de "los millonetis", los hijos de familias ricas, con un aire tímido a la par que arrogante, junto con imágenes de la gente glamurosa en las fiestas». *Interview* estaba a la altura de su subtítulo ocasional como «The Monthly Glamour Gazette».

El propio Colacello comenzó a escribir un diario de asistencia a fiestas llamado «Out» («fuera» en el sentido de «salir de juerga», no de «salir del armario», aunque a Warhol sin duda le encantaría el juego de palabras, probablemente intencionado). Glenn O'Brien, compañero de clase de Colacello en Columbia y antiguo colega en *Interview*, describía los episodios de «Out» como «consagrados al ascenso social descarado», pero también como «estimulantemente honestos y a veces encantadoramente horteras» en su búsqueda de estatus.

No cabe duda de que la escalada social se estaba convirtiendo en una importante actividad en Union Square, toda vez que el éxito tanto de los encargos de retratos como de la revista del estudio dependía de ella. «Estamos intentando llegar a las personas de alto poder adquisitivo —decía Colacello al ser interrogado acerca del objetivo de *Interview*—. Nuestra sociedad tiende hacia la autocomplacencia, cosa que nosotros fomentamos». Otro tanto cabría haber dicho de Warhol, al menos en su papel de cazarretratos. ¿Qué podría ser más autocomplaciente que el hecho de que un adusto empresario industrial alemán gastara sus marcos ganados con tanto esfuerzo en ser conmemorado por el rey del pop art estadounidense?

El ascenso social estaba aún más cerca del corazón de Fred Hughes. Su autoestima dependía mucho del tamaño de las cuentas de inversiones y de la ascendencia familiar de sus amigos. Warhol era perfectamente consciente de que Hughes era objeto de mofa por «darse mucho pisto», como decía el artista, que estaba encantado de unirse a la risa. Y, sin embargo, él mismo jamás pudo soportar que lo describieran como un arribista. Cuando estaba a punto de publicarse una biografía de Edie Sedgwick que incluía toda clase de historias que podrían hacer parecer a Warhol una mala persona, lo único que le molestó fue ser descrito como alguien que siempre estaba intentando trepar. «Conocer a niños ricos no significaba nada para mí […]. El asunto del "ascenso social" sencillamente no es cierto. Pero ¿por qué me fastidia tanto? No sé por qué, es así y ya está». Uno de los motivos podría haber sido que fuese verdad y que Warhol desease con fervor que no lo fuera. Como imitándose a sí mismo, nuestro artista acabó apareciendo en la portada de la revista *New York* a propósito de un reportaje titulado «Social Climbing: How to Do It in the 80s».

No es posible observar la vida y la carrera de Warhol posteriores al tiroteo sin sentir que el estatus social era tan importante para él como los logros efectivos. Muchas de las personas que pasaban tiempo con

él eran miembros de la alta sociedad tremendamente superficiales, satisfechos del todo con pasar el tiempo contemplando la riqueza y la jerarquía. A veces, el artista podía parecer uno más, obsesionado con quién estaba «allí arriba», según su famosa expresión, y quién no. Warhol quedó deslumbrado por su visita a la familia de Hans Henrik Ágost Gábor, barón Thyssen-Bornemisza de Kászon et Impérfalva, en su enorme Villa Favorita, a orillas del lago Lugano. «El lugar parecía muy glamuroso y era inmenso —decía—. El baño era gigante y nuestras habitaciones tenían al menos ocho importantes obras de arte originales de Chagall, Renoir, etcétera. Yo no daba crédito».

Pero también es posible que Warhol se codease con denuedo con la alta sociedad por una auténtica necesidad profesional e incluso artística. Su viejo amigo Jonas Mekas, defensor acérrimo de los valores *underground* y vanguardistas, creía que incluso cuando el artista parecía estar instalado en la alta sociedad seguía siendo un advenedizo que se afanaba en observar lo que allí se cocía. Es cierto, en efecto, que el comentario sobre el estatus social en los retratos de Warhol dependía del tiempo que este pasaba entre las élites; Goya no nos podría haber ofrecido su visión de una corte borbónica decadente si se hubiera quedado en su casa leyendo a Spinoza.

«Nunca entendí del todo por qué Andy necesitaba merodear por la ciudad como lo hacía —decía Maura Moynihan, una joven merodeadora con menos resistencia—. Una noche típica con él incluía paradas en Howard Johnson, un estreno en Broadway, la fiesta de cumpleaños de una estrella del rock y la indispensable aparición en una discoteca. Una vez que le pregunté por ese exceso de fiestas, me respondió enseguida: "Maura, es trabajo"». Infinidad de amigos y empleados le hacían la misma pregunta y recibían la misma respuesta.

Dado que andar de cotarro en cotarro formaba parte de la faena, el adicto al trabajo de Warhol tenía que gastar tanta energía en sus labores sociales como en la pintura. O más aún, ya que la pintura podría haber sido declarada muerta, pero los tejemanejes con la gente seguían siendo un arte vivo y complejo. En realidad, esto no le resultaba tan fácil como la estética, por lo que tal vez disfrutase con el desafío. Hughes y Colacello estaban constantemente mortificados por los deslices sociales que Warhol cometía cuando salían juntos, y los diarios del artista están plagados de sus propios lamentos por sus pasos en falso. Por otra parte, existe asimismo una clara sensación de que su amor por lo antiestético, en todos los ámbitos, le hacía disfrutar de sus desaciertos con las personas tanto como con las pinturas. Parecía aplicar también a las relaciones humanas su aforismo artístico predilecto: «Cuando haces algo rematadamente mal, siempre descubres algo». En sus crónicas de aquella visita a la villa de los Thyssen-Bornemisza, casi se regodeaba recordando que había pisado

caca de perro dentro de la casa. Después de rastrearla por un pasillo, con una criada a la caza y pertrechada de un trapo, acabó «desodorizando» sus zapatos con un antitranspirante que le había robado a Fred Hughes. «Tuvo mucho éxito», decía.

A veces puede dar la impresión de que Warhol quería que todo el mundo supiera sobre su incompetencia social, casi como si se estuviera vacunando contra esas acusaciones de arribismo. En el verano de 1972, cuando visitó el camerino de Stevie Wonder tras un concierto de los Rolling Stones, nuestro artista no parecía capaz de evitar hablar de imágenes con el músico, que es ciego: «Cometí el error de decirle: "¿Quieres verte en televisión y en las películas de fiestas en la playa?"», escribió Warhol en su diario. También se ofreció a regalarle una cámara cinematográfica, y al día siguiente salió y se la compró, lo cual recibió una buena cobertura en la prensa, en recortes que Warhol guardó cuidadosamente junto con el recibo de la cámara como gasto comercial. El propio Stevie Wonder pareció considerar el extraño regalo como una amigable negación de su discapacidad y se puso a rodar películas con ella. A pesar de su cultivado personaje como un tonto insensible, tal vez Warhol fuera lo suficientemente sabio y sensible para haber hecho el regalo con esa intención.

Resulta extraordinario que la frase «allí arriba» no figure ni una sola vez en los centenares de páginas de sus diarios. Es posible que Warhol la utilizara entre sus acólitos arribistas irónicamente. «Tú ya estás allí arriba» era su forma de mofarse de las aspiraciones elitistas de estos y de las suyas propias. Pese a su indudable búsqueda de estatus, Warhol mantuvo en todo momento cierta perspectiva sobre el comportamiento de los poderosos.

La primera vez que salió en la prensa, por sus dibujos como vendedor ambulante de fruta, el Warhol de dieciocho años se quejaba de las «nuevas ricas» que le hacían subir seis tramos de escaleras con medio kilo de tomates solo para impresionar a sus amigas. Décadas después, cuando en su mundo no había más que ricos, nuevos y viejos, todavía lograba mantener cierta distancia respecto de sus costumbres. Contaba una anécdota acerca del repugnante comportamiento de algunos miembros de la alta sociedad que le habían invitado a proyectar una de sus películas en su finca de Long Island y, cuando llegó allí, le hicieron utilizar la entrada de servicio.

Recordando su visita a los Thyssen-Bornemisza, Warhol mencionaba a los peones que veían avanzar la enorme limusina Mercedes del barón, con Warhol dentro, y cómo probablemente quisieran tirarle piedras. Sus simpatías parecían alinearse con ellos. «Aquello me produjo una extraña sensación: todo aquel glamur y aquella riqueza…, la gente no permitirá que siga existiendo». Un ayudante decía que en realidad Warhol expresaba un desprecio absoluto hacia las élites

sociales a las que se sentía obligado a agradar: «Los odio», decía.

Cuando llegó la hora de publicar su filosofía de vida «oficial», Warhol incluyó una declaración propia de alguien a favor de la igualdad de derechos que difícilmente habríamos oído por boca de un barón: «Si el presidente fuera a unos baños públicos del Capitolio e hiciera que las cámaras de televisión le grabaran limpiando los retretes y diciendo "¿Por qué no? ¡Alguien tiene que hacerlo!", levantaría la moral de aquellos que realizan la maravillosa labor de mantener limpios los retretes. Quiero decir que lo que estas personas hacen es algo maravilloso».

Henry Geldzahler rechazaba de plano la idea de que Warhol fuera un arribista: «Él era el monte Everest: la gente lo escalaba a él». Puede que le molestasen tanto las acusaciones de búsqueda de estatus porque supiera que, con la perspectiva que da la historia, sus elevados logros como artista le otorgaban ventaja en todas sus relaciones con los temporalmente poderosos. ¿Cómo podría andar en busca de estatus si ya tenía más que las personas con las que se codeaba? (Pero también podría darse el caso de que ni siquiera el Everest se considerase digno de toda la atención y mirase al monte Rushmore en busca de aprobación).

En cierta ocasión, Warhol comentaba lo difícil que resultaba llevar la cuenta de las sutiles distinciones que la gente de Park Avenue establecía entre lo que tenía clase y lo que era de baja ralea, ese tipo de distinciones que Fred Hughes parecía captar por instinto. «¿Es realmente mejor Southampton que East Hampton? —preguntaba Warhol— ¿Es mejor la Quinta que Park? ¿De veras Grenouille es mejor que Orisni's? ¿En serio es mejor la mantequilla que la margarina? Resulta demasiado difícil decidir. Por eso yo veraneo en Montauk, compro en la Segunda, almuerzo en Brownies y unto mermelada de uva Welch's en el pan. Al menos estoy seguro de estar equivocado por completo».

Warhol presentaba el boato de la riqueza que estaba adquiriendo —«servicio de habitaciones, suites y caviar»— como requisitos del negocio de élite al que se dedicaba, y acaso como un peligroso efecto secundario de este. «Cuando ves a esa gente con dinero, piensas que tú también lo tienes», le explicaba a su no adinerado amigo David Bourdon. Lo que no le dijo es que eso también te lleva a buscar más. Podía comer caviar a tazón lleno. Y lo hacía.

Mientras Bruno Bischofberger andaba construyendo una camarilla (y una clientela) europea para Warhol, el propio artista estaba cultivando el nuevo *beau monde* estadounidense de los años setenta, cuyos miembros tenían mayor cabida aún en *Interview*. A sus vecinos de

Montauk, Peter Beard y Dick Cavett, se les reservó espacio en la revista. También a la nueva familia real del rock, Mick y Bianca Jagger. En una tormenta perfecta de relaciones sociales, sus entrevistas fueron realizadas por Lee Radziwill, aquel verano que pasó la princesa de Camelot en la finca Eothen de Warhol. John Lennon y Yoko Ono también aparecieron en *Interview*, como otros dos grandes nombres a quienes nuestro artista podía contar ahora entre sus amigos, al menos tal como se entendía dicha palabra en el extraño universo de la amistad entre celebridades.

Y, por supuesto, toda esa socialización iba de la mano de la interminable caza warholiana de encargos de retratos. Mientras Mick Jagger ensayaba en Eothen, Warhol le fotografiaba para una serie de grabados y pinturas comercializados por varios especuladores del arte. Los grabados fueron firmados tanto por ambos artistas en una sesión que se prolongó toda la noche «con mucho polvo blanco de por medio», según el serigrafista de Warhol.

Más le costó a nuestro artista atrapar a Lennon y Ono, para lo cual se enzarzó en un hilarante juego del gato y el ratón en el que las tres paranoicas celebridades trataban de averiguar quién estaba usando a quién y quién tenía más que ganar con un retrato de la pareja, mientras su mutuo amigo David Bourdon hacía todo lo posible por no salir malparado en su papel de intermediario.

«Personalmente, creo que si Andy pintara un retrato nuestro, se forjaría una nueva imagen, al margen de Jacqueline Kennedy y la vaca. Pienso que sería una hermosa imagen para su pintura durante los cinco próximos años», le explicó Ono a Bourdon. Había habido cierto jaleo a propósito de un cuadro de Elvis por el que la pareja pensaba que Warhol les estaba cobrando demasiado. El encargo del retrato era, supuestamente, una suerte de premio de consolación para él, si bien Lennon no quería que el artista pensara que necesitaban que los retratara. «John cree que yo no debería mencionarlo —decía Ono —, porque no queremos ningún favor de nadie; estamos en una posición en la que no necesitamos favores de nadie». Mientras tanto, Warhol se quejaba de que la pareja ganaba «un millón de dólares diarios», pero era demasiado tacaña para encargarle su retrato, por un precio que solo había inflado hasta cincuenta mil miserables dólares. Por su parte, Lennon quería que Bourdon le recordara a Warhol que a Ono y a él a veces les pagaban por posar para retratos. La posición de esta en la negociación era que Warhol no le había cobrado nada a Jackie Kennedy por los cuadros que había hecho de ella. La contestación de Bourdon al respecto resulta hoy escalofriante: «Aquello fue cuando a Kennedy lo asesinaron. Al menos tú todavía tienes a John».

Bourdon acabó rindiéndose. «Veo que podéis pasaros los tres un año

negociando el retrato —le dijo a Warhol—. Creía que tú eras complicado, pero ellos no se quedan atrás».

La relación de Warhol con un actual Rolling Stone y un antiguo Beatle, incluso con Radziwill, estaba vinculada todavía con la persona que había sido en los sesenta. Un nuevo círculo social se abrió para nuestro artista al arrimarse al diseñador de moda Halston (llamado Roy Halston Frowick), cuya ropa y nombre llegaron a ser casi un emblema de los años setenta.

Ambos hombres se habían conocido vagamente durante buena parte de la década precedente, como dos luchadores de la escena neoyorquina. Al igual que Warhol, Halston venía del quinto pino (Iowa e Indiana), había diseñado escaparates y luego había ido escalando posiciones en el mundo de los grandes almacenes. También había trabajado como sombrerero, creador del célebre casquete que Jacqueline Kennedy luce en muchas serigrafías pop de Warhol. Todavía en el día de Acción de Gracias de 1971, nuestro artista mencionaba al diseñador, quien por entonces se acercaba al momento culminante de su carrera, como «ese muchacho, Halston», con el que había charlado. Y se regodeaba de saber más que «ese muchacho» acerca de los orígenes de la minifalda. Solo un año después, sin embargo, Halston estaba diseñando un vestido de noche con un tejido estampado con las *Flores* de Warhol, y ambos hombres eran descritos como «amigos» en la cobertura del Premio Coty que el diseñador ganó por sus creaciones de moda. Para la ceremonia de entrega, que se celebró en el Lincoln Center, consiguió que Warhol ofreciera un *happening* peculiar (y ligeramente anticuado). En este se mezclaba a los clientes de alto nivel de Halston, incluido uno a quien se pidió que preparara el desayuno en el escenario, con la reciente pandilla de superestrellas de Warhol, incluidas la voluminosa Pat Ast, que salió de una tarta, y la esbelta Jane Forth, acompañada de su hijo pequeño, que tocó los bongos. En una llamada telefónica, se ve a Warhol dando vueltas a sus ideas para el espectáculo, esforzándose en hallar el equilibrio entre la permanente tendencia de Halston a la «minimización» y su propia atracción hacia lo *camp* y la exageración. Al final, hizo una propuesta clásicamente warholiana para su dilema: para el evento de Coty ofrecería una representación minimizada y realista de las exageradas fiestas que organizaba Ast, la amiga de Halston, que resultó ser la clase de persona exuberante incapaz de resistirse a lo *campy*, incluida la idea «trillada» (en realidad de Warhol, no suya) de salir de una tarta. Warhol resumía su tentativa de realismo *camp* diciendo que «está tratando de expresar cómo son las cosas». La noche del evento, el público no pareció captar sus

complejidades casi filosóficas. «¿Alguien puede explicarme de qué va todo esto?», preguntó un diseñador sénior que asistía al espectáculo, mientras el crítico de *The New York Times* proclamaba que el evento de Warhol «provocaba escalofríos, incluso a los artistas». (El susodicho se las arregló para no asistir).

Resulta obvio que Halston estaba ansioso por adoptar cierta pátina vanguardista de Warhol, pues sus propias creaciones de moda eran admiradas por la innovación de buen gusto más que por la transformación extrema. Una reseña del espectáculo de Coty consideraba sus diseños francamente conservadores. En los términos del mundo artístico, Halston habría sido el equivalente de un creador de alta abstracción, comparado con el radicalismo protoconceptual y posdadaísta de Warhol. No obstante, este podía tomar prestado algo del diseñador, a saber: el glamur del mundo de la moda y los contactos con las personas glamurosas que diseñaban ropa exclusiva, la vendían, escribían sobre ella y, especialmente, la compraban (y que podían encargar retratos de ellas mismas luciéndola). Como artista exitoso, Warhol siempre había estado cerca de unos cuantos creadores de tendencias de lujo, pero nunca llegaba a ellos desde dentro, por decirlo así: los artistas serios podían estar en contacto con el *beau monde*, pero se suponía que no formaban parte de él. Ellos atraían a los ricos y poderosos por la bohemia y la profundidad que desprendían, transmitiendo el importante trabajo cultural de sus creaciones. Por otra parte, se suponía que los diseñadores estaban a la cabeza de los personajes de moda; su trabajo consistía en asegurarse de que el *monde* seguía siendo *beau*, y solo podían realizar esa tarea desde dentro. Halston podía invitar a Warhol a entrar.

Warhol pasó de socializar —cambiado también su atractivo— con las estrellas del *underground* a codearse con las élites más establecidas de Estados Unidos, proceso en el cual Halston llegó a ser un contacto esencial para él. Fred Hughes había deseado reconvertir *Interview* en «una revista para gente como nosotros», lo cual implicaba asimismo reconvertir a Warhol en una persona como él, es decir, en alguien dispuesto a mezclarse con los Halston de este mundo. «Creo que el nuevo arte de hoy en día son los desfiles de moda», proclamaba el artista, justo cuando andaba organizando uno para Halston.

Este había sido incluido ya en aquel número decisivo de *Interview* en el que la firma de Warhol aparecía por primera vez en la portada. Todos los amigos, modelos y colaboradores del diseñador —como Elsa Peretti, Diane von Furstenberg y Pat Cleveland— aparecerían en el transcurso de los años siguientes. Los diseños de Halston se convirtieron en elementos esenciales de las sesiones fotográficas de moda de *Interview* y contribuyeron a sembrar la idea de que estas eran incluso indispensables. El contacto con Halston empujó a Warhol y su

revista hacia un interés creciente en la moda, hasta el punto de que empezó a encargarse de sus portadas el popular fotógrafo Francesco Scavullo, autor también de las portadas de *Cosmopolitan*, y en la mancheta figuraba un «editor de moda». El cambio de enfoque atrajo asimismo a nuevos y más numerosos lectores y, de la mano de estos, a una base de anunciantes mucho mayor. El espacio destinado a publicidad se duplicó a mediados de los setenta, y los anuncios del propio Halston mostraron el camino a otras firmas de moda. En la Nochevieja de 1975, unos pocos meses después de que Warhol hubiera vuelto a comprar la propiedad exclusiva de la revista a sus patrocinadores (por la bonita suma de mil dólares), *The Wall Street Journal* cifraba la tirada de *Interview* en setenta y siete mil ejemplares, y la describía como «la revista preferida de lo que solía llamarse "la gente guapa"». («Nosotros preferimos llamarla "glamurosa"», corregía uno de los editores).

Es difícil decir si el cambio de enfoque de *Interview* era el objetivo o un efecto secundario del interés de Warhol en Halston; es decir, si se juntaba con el círculo del diseñador con el fin de encontrar temas, lectores y anunciantes para su revista, o si el contenido y el peso publicitario de esta le ayudaron a labrarse un lugar en el mundo de la moda. Los empleados de *Interview* se volvían locos con el número de veces que Warhol ofrecía la portada de la revista a alguien a quien intentaba ganarse, ya fuese como publicitario, ya fuese como cliente de un retrato o como contacto social. «Anoche estaba borracho como una cuba —explicaba nuestro artista en cierta ocasión a Colacello— y ofrecí al menos diez portadas. Y creo que a todos les dije que podían aparecer el mes que viene».

Halston, jamás modesto, describía cómo había «abierto realmente a Andy toda una faceta de la sociedad en la que este no había estado hasta entonces. Quiero decir que él era más bien un chico del centro de Manhattan y yo era un chico de la parte alta, y le presenté a mucha gente de mi zona. La verdad es que aquello le sirvió de gran ayuda».

El diseñador empezó a alquilarle año tras año la finca de Montauk, que usaba para recibir a un círculo de íntimos, entre quienes se incluían la artista Liza Minnelli y también Martha Graham, amén del propio Warhol, que pasaba algunos fines de semana en su casita de campo junto a la entrada del recinto. («Podéis dormir en cualquier cama de esta propiedad excepto en esta», rezaba una nota que dejaba en su habitación cuando no estaba allí). «Conoció a Liza a través de mí —decía Halston—. Yo le di a Liza sus primeros cuadros de Andy Warhol. Los compré para ella como regalo de boda, regalo de cumpleaños y tal, y la convencí de que se hiciese un retrato».

En la ciudad, Halston se compró una moderna casa adosada diseñada por Paul Rudolph, decano de arquitectura en Yale y padre

del brutalismo estadounidense. La propiedad estaba en el corazón de los lugares favoritos de Warhol en el Upper East Side y el artista se convirtió en un asiduo en las infames fiestas que allí se celebraban. Incluso cuando no se hallaba presente, estaba allí de otro modo: en la decoración blanca por completo y rigurosamente minimalista, los numerosos Warhols de Halston brindaban una rara nota de color. Un montón de ellos eran retratos del propio diseñador, que este había encargado a nuestro artista en el verano de 1974, cuando habían comenzado a intimar de veras. Anfitrión, amigo, cliente, anunciante: Halston satisfacía muchas de las necesidades de Warhol en los setenta.

«Está francamente interesado en Halsman, o Talsman, o quienquiera que sea su afeminado diseñador de Madison Avenue —decía Brigid Berlin a su manera inimitable, cotilleando sobre su perenne amienemigo, Andy Warhol, y el nuevo amigo de este—. Todo muy muy muy muy maricón».

Pero la verdad es que no lo era. Halston era una persona de un control tremendo, incluso neurótico. Obligaba a todos sus empleados a vestir de negro para que no le distrajeran cuando diseñaba; cada día, a su llegada al taller tenía que haber un bloc y una caja nueva de rotuladores sobre su escritorio despejado. «La mínima desviación de la norma lo enfurecía», recordaba un ayudante. Eso apenas concordaba con los estereotipos del homosexual excéntrico. Halston podía festejar de lo lindo con sus «chicos», pero hacía todo lo posible para que esa no fuese la cara pública de su negocio, consistente en satisfacer la moda del nuevo conservadurismo de la clase dirigente durante los años setenta. Era alto, atlético y guapo a la manera tradicional, nada que ver con la imagen estereotipada de un artista *queer* menudo y con clase. Su amigo Warhol, aunque sí que encajaba con esa imagen, parecía estar alejándose de ella, al menos en la cara visible de su arte. Llevaba mucho tiempo sin trabajar con temas verdaderamente homosexuales, salvo que contemos el «maquillaje» que pintó en los rostros de algunos de sus *Maos*. (¿Acaso recordaba la charla que había dado tres décadas atrás el extravagante crítico Parker Tyler en la galería Outlines con el título «El maquillaje en el cine y en la vida»?). Es probable que *Lonesome Cowboys* hubiese sido la última creación warholiana de temática plenamente homosexual, a principios de 1968, en el momento justo en que *Confidential*, un tabloide con una orientación mordaz al consumo masivo, publicaba en portada un ataque a gran escala contra Warhol como el «desviado» artífice de un nuevo torrente de «películas homosexuales». La «desviación» en *Cowboys* fue seguida por la implacablemente heterosexual *Fuck*, la última película que era de verdad de nuestro artista. Los proyectos conceptuales subsiguientes fueron por lo general casi neutros en cuestión de género. «Raid the Icebox» bien podría haber sido un

homenaje a todas las tiendas de curiosidades gais que Warhol frecuentaba, pero uno tenía que estar ya inmerso en esa cultura para captar la referencia. Los retratos de sociedad que vinieron a continuación casi nunca parecían remitir a la identidad sexual de sus modelos, ni siquiera cuando estos estaban cerca de ser abiertamente homosexuales. Warhol confirió un aspecto casi varonil a Alexander Iolas y Philip Johnson, dos de sus primeros sujetos de retratos pospop.

Cuando por fin se reintrodujeron el sexo y el género en el arte de Warhol, a principios de la primavera de 1974, el ímpetu no salió de él. Llegó por medio de un joven marchante llamado Luciano Anselmino, radicado a miles de kilómetros en Italia, «muy extravagante, muy divertido», tal como lo describía Colacello.

«The Golden Grape es una institución de Times Square que convierte la chabacanería en arte y la vulgaridad en un plato —decía un artículo en un periódico de orientación gay—. Puedes permanecer ahí sentado en un estado próximo a la histeria mientras los prostitutos más macizos y las prostitutas más salvajes del centro, sus travestis en su media concha, sus narcotraficantes con *velour* morado y sus turistas aburridos se pasean como celebridades en una fiesta de promoción horrible preparada por un capo de la mafia adicto al nitrato de amilo». ¿Cómo no iba a ser un sitio así el lugar en el que Warhol buscase inspiración para los cuadros más importantes y osados que había pintado desde sus *Flores*? Él y unos europeos con títulos habían figurado entre los «turistas» suburbiales que se presentaron allí una noche de 1974, cuando al artista le robaron sus queridas Polaroid y Sony de debajo de la silla. (De nada sirvió quejarse a la gerencia: el club estaba dirigido por la mafia, que lo usaba para blanquear dinero sucio de otros bares de las inmediaciones).

Warhol estuvo frecuentando el Grape durante algún tiempo y en cierta ocasión llevó consigo a Anselmino. El italiano quedó impresionado y no tardó en escribir a Fred Hughes para plantearle encargar a nuestro artista una gran serie (de más de un centenar de lienzos) de retratos de travestis del estilo del Grape. Le explicaba que no debía tratarse de esas figuras con mucho carácter como Jackie Curtis, Holly Woodlawn o la recientemente fallecida Candy Darling, tan presentes en el mundo de Warhol hasta unos años antes, sino de travestidos que fuesen «por completo anónimos e impersonales». El marchante estaba buscando las utilitarias *Sopas Campbell's* del travestismo, esto es, unos retratos que reflejasen una categoría entera de «productos sociales», no las versiones de lujo, cada una con su particular atractivo. La elección de la clase apropiada de *drag queens*, escribía Anselmino, inscribiría el proyecto dentro del «espíritu de

investigación de Andy».

Al reunirse en persona con el italiano a finales de aquella primavera, en una visita con Bob Colacello a la galería del marchante en Turín, la primera reacción de Warhol fue desmarcarse del proyecto, aduciendo que las *drag queens* estaban descartadas. Por esa misma época no dejaba de hablar de cómo las películas del estudio habían estado prescindiendo de sus estrellas travestidas, pues «las chicas parecen estar recobrando su energía, así que estamos volviendo a utilizar con mucha frecuencia a mujeres reales».

Warhol le solicitó al marchante que le propusiese alguna otra idea, pero Anselmino hizo otro intento de explicarle la clase de figuras que esperaba que el artista pintase: «No deberían ser hermosos travestis que pudieran pasar por mujeres, sino unos de aspecto gracioso, con barbas tupidas, que fuesen evidentemente hombres intentando hacerse pasar por mujeres». De algún modo, aquello engatusó a Warhol, al menos provisionalmente. «Bueno, tal vez podríamos hacerlo —dijo—. Podemos ponerle una peluca a Bob. Él tiene una barba tupida».

El contexto para el encuentro quizá desempeñara un papel relevante en la aceptación por parte de Warhol. El otoño anterior, Anselmino le había encargado una serie de retratos del artista dadá Man Ray, cuya reputación había estado creciendo tras décadas de desatención. Ello era debido en cierto modo a las exposiciones, ediciones y publicaciones que el propio marchante había organizado y de las que Warhol se mantenía al corriente. Este se cobró en especie buena parte de los retratos de Man Ray a cambio de las obras antiguas del artista. La única razón por la que Warhol había hecho de entrada el viaje a Turín era firmar sus nuevos grabados de Man Ray, que Anselmino planeaba publicar junto con una imagen de Jasper Johns y un texto de Henry Miller. Nuestro artista difícilmente podría haber estado mejor acompañado.

En la mente de Warhol, la conexión con Man Ray implicaba que las sugerencias de Anselmino acerca del nuevo proyecto de los travestis provinieran de alguien vinculado con la gran tradición del arte moderno antiguo que él conocía y admiraba desde sus años universitarios. En cualquier caso, Warhol sabía perfectamente que los europeos siempre habían encontrado más sentido a su obra que la mayoría de los estadounidenses; seguir la sugerencia de un marchante italiano tal vez le llevara a crear nuevas obras tan significativas como cualquiera de las precedentes. Es probable que Anselmino, un gran admirador de la serie de Mao, concibiera las obras de travestis como un contrapeso de los livianos retratos de sociedad que Warhol se dedicaba a hacer por toda Europa montado en limusina. Cuando el italiano le dijo a Hughes que los cuadros de travestidos se inscribirían en el espíritu de «investigación» —desafortunado término escogido por

el italiano para expresar la idea del proyecto fundamental de un artista—, estaba diciendo que la serie sería digna del mejor y más significativo arte creado por Warhol hasta la fecha. Es evidente que, una vez que este comenzó a trabajar en ella, estaba de acuerdo con ese vaticinio. Incluso más aún que los *Maos*, los cuadros de travestis le llevaron a adentrarse en un territorio poderoso y verdaderamente controvertido que dejaba muy atrás el pop art.

La serie *Drag Queens* tenía otro punto fuerte a su favor: Anselmino firmó un contrato para pagar a Warhol casi un millón de dólares por más de cien cuadros, además de un centenar de *portfolios* de diez grabados basados en ellos. El italiano acabó titulando la serie *Damas y caballeros*. (Véase el encarte en color). De regreso en Nueva York a finales de julio, Warhol intentó tomar instantáneas con su Polaroid de Colacello con pelucas de mujer, pero al final convino con el joven en que resultaba pésimo como *drag queen*. Consciente de que necesitaba las destrezas de travestidos profesionales, nuestro artista envió a su ayudante y a otro par de jóvenes en busca de algunos que posasen para él.

Estos evitaron los clubes de *drag queens* más refinados, en los que podrían haber encontrado a las Candy Darlings de la escena, convincentemente femeninas. En su lugar, se dirigieron a las zonas de *cruising* del extremo West Village y especialmente al Gilded Grape. «Los caprichos del *drag* son lo que hacen del Grape un sitio de rigor para los forasteros —decía aquel artículo al respecto—, pero Diana Vreeland, queridos, no estaría especialmente impresionada». Una *drag queen* blanca bailaba con una jeringuilla en el escote. Aquel era el lugar evidente para encontrar la clase de figuras que Anselmino había pedido a Warhol que pintase, pues era allí donde el italiano las había visto por primera vez.

«Les pedíamos que posasen para "un amigo" por cincuenta dólares la media hora —contaba Colacello, mencionando una cifra que era veinticinco veces lo que podría ganar un modelo por posar en una escuela de arte—. Al día siguiente aparecían en la Factory y Andy, a quien nunca presentábamos por su nombre, hacía las fotos con su Polaroid. Y la siguiente vez que las veíamos en el Gilded Grape invariablemente decían: "Decidle a vuestro amigo que hago muchas más cosas por cincuenta pavos"».

Warhol acabó recibiendo a más de una docena de travestis en el estudio, donde sus instantáneas llegaron a ser la base de doscientos sesenta y ocho lienzos, muchos más de los que Anselmino había solicitado. La inmensa mayoría de los cuadros adicionales permanecerían en el estudio del artista hasta el día de su muerte, como un registro de su compromiso con el nuevo tema.

En realidad no era algo tan novedoso. Al proponer su idea,

Anselmino no podría haber sabido que estaba relacionada con un interés de Warhol que se remontaba décadas atrás. Había habido una ocasión en la universidad en la que se retrató como una chica; a principios de los cincuenta veía a sus mentores homosexuales hacer películas caseras travestidos, y él también los dibujaba con ropa de mujer; en los albores de los sesenta, las *drag queens* aparecían en sus fiestas y llegó a ver a su amigo Ted Carey probándose un vestido. La serie *Damas y caballeros* de Warhol casi parece destinada a mostrar que, todavía quince años después, en unos Estados Unidos mucho más permisivos, la transgresión del travestismo seguía teniendo mucha fuerza. Al no pintar a una mujer trans verdaderamente exitosa como Candy Darling, nuestro artista podía subrayar la brecha crucial entre el sexo masculino de sus modelos y el género femenino que estos asumían, y cómo esa brecha formaba parte de la significación cultural y la fuerza de las *drag queens*. Los marineros y camioneros que ligaban con los travestis en el Grape no estaban buscando mujeres, ni siquiera unos sustitutos decentes de mujeres; estaban buscando algo más próximo a un tercer género, o más bien la mezcla de dos géneros.

En sus memorias warholianas, Colacello se mofaba de los críticos italianos políticamente orientados que veían las obras como ataques al «cruel racismo inherente al sistema capitalista estadounidense, que no dejaba a los pobres muchachos negros e hispanos más opción que prostituirse como travestidos». Puede que esa lectura del contexto social de la pintura no fuese acertada (aunque tampoco tan desencaminada), pero apuntaba un hecho importante: todos y cada uno de los modelos transgénero que Warhol convirtió en cuadros eran personas de color, lo cual añadía una dimensión racial a un proyecto que no se había concebido como tal en un principio. Había infinidad de travestis blancos en Nueva York, en el Grape y trabajando en las aceras de la ciudad; una pareja de ellos llegaron a estar incluso delante de la cámara Big Shot de Warhol. Pero él decidió no pintarlos. Comprendía que las cuestiones identitarias superpuestas a los homosexuales y al género se tornaban tanto más complejas cuando se les añadían las cuestiones raciales. Con creces la figura *drag* más famosa de la cultura popular, justo cuando Warhol estaba pintando su serie, era el cómico negro Flip Wilson en su personaje de Geraldine.

Es imposible que Warhol comprendiera plenamente todos los significados que tenía lo *drag* para los marginados de color que posaban para él; sin duda los trataba más como modelos pagados, o incluso como curiosidades, que como individuos cuyas historias íntegras deseara contar. No obstante, como fenómeno cultural más amplio —lo único que a Warhol se le daba bien pintar— les dio voz. El estudioso Jonathan Flatley había argüido que la mera cantidad de cuadros de *drag queens* inducía a interpretarlos como un homenaje y

un gesto de solidaridad. Cuando observamos a estas personas vestirse, maquillarse y prepararse para la cámara del artista, se despojan de la pasividad de un modelo a sueldo ordinario que adopta poses al antojo del artista. En lugar de ello, devienen la misma clase de autocreadores que Warhol había sido durante tanto tiempo.

Las fotos de Polaroid que el artista tomó de sus modelos travestidos hicieron ya un excelente trabajo señalando los nudos de raza y género en el corazón de la cultura estadounidense. Pero esas circunvoluciones se hicieron con el control absoluto en la loca pintura que Warhol aplicó a sus cuadros, utilizando a menudo los dedos para extenderla. En algunos de los lienzos de *Damas y caballeros* pintó sus figuras a la manera de las máscaras africanas que influyeron en el arte moderno temprano, convirtiendo los cuadros prácticamente en una parodia de las ideas occidentales sobre la negritud, el género y la raza. (El hito de Picasso *Las señoritas de Avignon* es el contrapunto evidente). En otras obras, la pintura se tornaba tan descuidada y espesa que parecía el peor maquillaje jamás visto en la más ebria *drag queen* del Grape, confiriendo nueva fuerza al célebre eslogan de Geraldine: «Lo que ves es lo que obtienes». (Ese lema también podría haber sido de Warhol, al menos del personaje superficial que había adoptado en los años sesenta). En muchos de sus lienzos posteriores, su manejo del pincel se antoja una mofa de la pintura, dirigida a todos los coleccionistas ingenuos que todavía creían en las virtudes mágicas del arte pictórico. En cierta ocasión describió sus retratos como cuadros expresionistas abstractos con fotos serigrafiadas encima. Pero en los lienzos de *Damas y caballeros* la pintura parece tener un significado real, pues representa las capas de camuflaje y ocultación que sus modelos optaron por asumir. La legibilidad se sacrifica en aras del aspecto, tanto en las pinturas como en lo pintado. Algo sabía Warhol sobre autocreación, pero sus cuadros de *drag queens* ponen de manifiesto que las identidades que se había forjado siempre eran sencillas, casi minimalistas, comparadas con las que sus modelos habían adoptado. Estos eran los Jackson Pollocks de la autocreación, y así es como los plasmó en sus cuadros.

Justo mientras trabajaba en sus travestidos, Warhol creó los primeros lienzos de su madre que hacía desde que se marchara de Pittsburgh. Es difícil pasar por alto que están pintados con el mismo estilo maniaco que sus travestis, esforzándose de nuevo más en velar que en revelar, o quizá revelando los velos de la propia modelo. El rostro de Julia Warhola, tanto como el de su hijo en la vida, aparece a veces prácticamente enterrado bajo las frenéticas e infantiles «pinceladas» que el artista daba con los dedos. En algunos de los lienzos, pueden parecer signos de las caricias frenéticas de un niño asustado. En otros, los garabatos de Warhol rayan en la tachadura

enfurruñada.

Cuando un periodista preguntó a nuestro artista si había hecho los retratos «para» su madre, a la manera en que sus otros retratos eran ejecutados para sus pagadores, Warhol respondió: «Sí, los he hecho para ella». De alguna extraña forma, su mentira podría haber dicho la verdad.

«Solía toparme con Andy en las cenas y los eventos de la ciudad —decía el redactor y editor Steven M.L. Aronson, recordando varios años de encuentros sociales amigables a comienzos de los setenta, incluida una docena de visitas con Warhol al Gilded Grape—. En una de aquellas juergas me contó que él mismo quería escribir un libro (¡él! ¡Esa sí que era buena!) y que yo debía editarlo. Decía que había reparado en mi nombre en los agradecimientos del que estaba leyendo, titulado *Cole*, y que yo había editado en Holt, Rinehalt. Recuerdo que pensé: "¿Lee los libros con tanto detenimiento?"». Sí, Warhol leía a menudo con mucha atención y, en efecto, deseaba escribir un libro, tal vez directamente inspirado por aquel en el que había visto el nombre de Aronson.

Cole era casi una biografía desenfadada del compositor de Broadway Cole Porter, que reunía toda suerte de recortes de prensa, instantáneas, cartas y anécdotas, por no mencionar letras de canciones, todo ello para pintar un cuadro de la vida y obra de Porter. (*Cole* había sido diseñado por la vieja amiga de Warhol en *Bazaar* Bea Feitler, lo cual quizá suscitase su interés). Una crítica favorable en *The New York Times* había descrito el libro como «una obra de historia social tan exquisita en su diseño como una letra de Porter», y había elogiado a Feitler a viva voz. El autor describía la obra del compositor como «despreocupada, descarada, lo bastante punzante para impresionar y con bastante estilo para agradar». Hablaba de los contactos de Porter con Ethel Merman, Bea Lillie, Noel Coward o Tallulah Bankhead —todas ellas figuras del panteón personal de Warhol— y de cómo «ocultaba a la sociedad su seriedad y su duro trabajo. Creía en el artificio». Dadas las inverosímiles conexiones que siempre se establecían en el cerebro de nuestro artista, no es difícil imaginarlo reconociéndose en alguno de esos detalles y tomando nota del editor que había empaquetado todo el conjunto.

El libro que Warhol propuso escribir a Aronson, que acabaría titulándose *Mi filosofía de A a B y de B a A*, ofrece una visión análogamente desenfadada de lo que le motivaba, empleando una técnica de collage similar, si bien solo con palabras, sin imágenes. Tal vez fuese concebido como un contrapeso, por escrito, al giro más sombrío que estaban dando sus cuadros con la serie *Damas y*

caballeros. Un esbozo temprano presentado a la poderosa compañía Harcourt Brace Jovanovich, en la que Aronson había sido nombrado coeditor, tenía títulos de capítulos como «El trabajo» («el trabajo como el sentido de mi existencia»), «El dinero» («la belleza del dólar»), «La familia» («creo en el matrimonio mixto: maricas con tortilleras») y «La religión» («la gloria, gracia y grandeza de la Iglesia católica romana»). El conjunto parecía concebido para brindar una suerte de descripción pormenorizada de lo que Warhol pensaba de la vida tal como la vivía, desde su punto de vista personal.

O, al menos, el de un empleado que cobraría por hacer de Warhol. Un contrato con Bob Colacello, fechado en mayo de 1974, encomienda a este toda la labor de redacción del libro en nombre del artista, desde su investigación hasta la indexación final, sin ningún derecho a más crédito que la garantía de que recibiría la mitad de los ingresos netos del proyecto. Warhol no tardó mucho en decidir que en su libro deberían intervenir más ayudantes, de modo que se dedicó a conseguir comentarios de Brigid sobre el trabajo de Colacello, que luego pasaba para su reelaboración a Pat Hackett, quien terminó produciendo dos tercios del texto, así como muchas de sus ideas. Warhol también intervino con sus propias aportaciones editoriales, «algunas veces con una asombrosa claridad de visión, otras dejando caer intuiciones abstractas, pero siempre mejorando el proyecto —confió Colacello a su diario por aquel entonces—. Me dijo que el libro debería tener más "líneas chifladas". Quería que fuese divertido, pero no hasta el extremo de que la gente no estuviese segura de si hablábamos en serio o no». No obstante, en otra ocasión, Warhol dijo que su objetivo era que el texto provocara tantas risas fáciles como una obra teatral de Neil Simon.

En el producto final, el equilibrio se aproximaba a lo que nuestro artista había pedido que hiciera Colacello. El índice del libro acabó incluyendo títulos como «La atmósfera», «El estremecimiento» y «El poder de la ropa interior». En el texto figuraban «frases» tan clásicamente warholianas como «Piensa como un rico, aparenta ser pobre», «Las personas deberían enamorarse con los ojos cerrados» y «Siempre se dice que el tiempo cambia las cosas, pero en realidad eres tú mismo quien tiene que cambiarlas», todas las cuales adornarían en los años venideros las camisetas de los universitarios. Y sin embargo, no hay manera de saber cuáles de esas palabras salieron alguna vez de los labios del propio Warhol. Aunque gran parte del libro procedía de sus conversaciones grabadas, tan solo algunas partes muestran los profundamente extraños y verdaderamente reveladores saltos de pensamiento hallados en las auténticas conversaciones del artista. «Si Andy tenía una idea interesante sobre algún asunto, Pat la cogía y la adornaba», contaba Aronson, admitiendo que unas cuantas de las

agudezas del libro fueron ocurrencias suyas. Otras, como muestran las cintas, salieron de la boca de los amigos con los que Warhol hablaba. *Mi filosofía* parece compuesto por un equipo de personas, entre las que tal vez se incluyese el artista, que intentan desenterrar andyismos que en su mayor parte eran más ordenados y menos desafiantes que las auténticas divagaciones de su cerebro, e infinitamente menos complejos que su arte.

Incluso el título preferido de Warhol, más estimulante, quedó diluido. Se supone que el libro tendría que haberse llamado simplemente *The*, un artículo determinado que vendría a continuación del artículo indeterminado *a*, que había utilizado para su «novela» grabada de Ondine, que a su vez era continuación de los títulos univerbales de sus primeras películas como *Sleep*, *Eat* y *Drink*. No obstante, en última instancia, lo mejor que pudo lograr del proceso de edición fue que se incluyera una primera palabra en gran tamaño en el muy prolijo título final: *MI filosofía de A a B y de B a A*. (La «A» del subtítulo se refiere a Andy y la «B», a Brigid Berlin, que aparece en algunos de los largos pasajes del libro de diálogos transcritos, que encierran con frecuencia la mejor filosofía).

«Andy confiaba en comerse el mundo como autor y como filósofo», recordaba Aronson. Warhol describía explícitamente las simplificaciones y clarificaciones que él y su equipo proponían en un esfuerzo por «ser comercial, porque creo que ser comercial es fabuloso, si puedes lograrlo. Pero al parecer no logro triunfar en términos comerciales».

En efecto, el libro fracasó, para profundo bochorno y congoja de Warhol. La primera vez que Harcourt Brace Jovanovich trató de lanzarlo en las librerías y clubes de lectores, estos apenas mostraron interés alguno. Una carta de Bill Jovanovich, parte importantísima de una editorial que Warhol idolatraba, intentaba calmar los nervios del artista, diciéndole que relanzarían el libro con una «campaña de publicidad, promoción y venta» más adecuada a «reputación» y «presencia» que a los contenidos efectivos del texto. Él, deseoso de ayudar, no podía aceptar someterse a la tortura de las entrevistas televisivas, pero se le ocurrió la idea de firmar por adelantado un gran número de volúmenes para estimular las reservas de las librerías. Firmó otros millares durante su gira de promoción del libro por todo el país, que incluso acabó llevándole hasta Londres. En cada una de sus escalas se formaban colas interminables de personas que le pedían que firmase cualquier cosa, desde la entrepierna de una mujer (en un desplegable) hasta las obligadas latas de sopa Campbell's. De poco sirvieron sus denodados esfuerzos; en el relanzamiento, el libro continuó siendo un fracaso.

«La singularidad de Andy no funcionó —dijo Aronson, habida

cuenta de la capacidad comunicativa esperable de un autor durante la gira de promoción de un libro—. Era una figura de fama mundial, pero no podía ser utilizado». No había forma alguna de que este autor particular pudiera recrear y vivir el tono y los contenidos de un libro en cuya producción no había participado demasiado. Tampoco bastaron las muchas cenas organizadas para celebrar la publicación, ni siquiera la colosal fiesta dada por Castelli, seguida por una visita colectiva al Anvil, el más atrevido de los prostíbulos gais. A diferencia de lo que sucede en las bellas artes, donde el trabajo del promotor consiste en hipnotizar en cierto modo a unos cuantos centenares de coleccionistas, la promoción de libros requiere la movilización de un volumen ingente de lectores más habituales que deseen escuchar de verdad lo que tienes que decirles. «Sencillamente él no era comercial, exceptuando su arte», decía Aronson.

Eso podría obedecer al hecho de que la celebridad masiva de Warhol dependía en realidad de su distancia respecto de la corriente dominante; funcionaba como un símbolo accesible de la vanguardia que la gente común podía mirar con fascinación. Ahora bien, en realidad el arte de su vanguardismo no pretendía atraer al común de los mortales ni necesitaba venderse a ellos. De hecho, para presentarse como un gran artista moderno —para ser digno de ser admirado por su extrañeza—, Warhol tenía que crear obras que no atrajeran con demasiada facilidad. Si la novela de Ondine *a* se había ajustado a ese modelo, como una pieza emblemática de escritura radical, *Mi filosofía* no satisfacía las exigencias de la alta literatura y tampoco las demandas de personas que querían comprar un libro de cabecera más convencional. Cabría decir que este no funcionaba como arte y tampoco funcionaba como arte comercial, dentro del consumismo del mundo editorial en el que supuestamente debía habitar.

«Andy respetaba de una manera casi infantil a cualquiera que fuese capaz de publicar un libro», decía Aronson. Tras su sorpresa inicial por la cultura de Warhol, el editor llegó a percatarse de que «los libros eran importantísimos para él». (Haber publicado en Harcourt debió de ser especialmente importante, toda vez que la empresa había sido una de las que rechazaron las entregas afeminadas de Warhol a principios de los años cincuenta).

Nuestro artista quería estar al tanto de cada paso de la publicación de su volumen, desde su diseño por el gran Herb Lubalin, un viejo amigo suyo de los años cincuenta, hasta su comercialización y sus ventas. «Jamás había tenido un autor tan obsesivo», contaba Aronson recordando las consultas diarias de Warhol acerca de las últimas cifras de ventas. Y estas siempre siempre eran decepcionantes.

Ello no le impidió confiar en que mejorasen las cosas. Una vez que se proponía dejar su huella en una disciplina, ya fuese la música rock

(con la Velvet) o el mundo editorial (con *Interview*), el mero fracaso no bastaba para desalentar a nuestro artista. Sería un hombre del Renacimiento aunque aquello le costase la vida o su cuenta bancaria. Había firmado un contrato con Harcourt para otros dos libros y no tenía intención de renunciar a su carrera de escritor. El primero fue *Her*, unas memorias, basadas en conversaciones y entrevistas, de su nueva amiga Paulette Goddard, una chica Ziegfeld de 1926 que había estado casada con Charlie Chaplin y, según se decía, había sido amante de Diego Rivera, George Gershwin, H. G. Wells, el general George Patton y Clark Gable. Al menos en la mente de Warhol, representaba todo el glamur de Hollywood durante su época dorada y todos sus secretos jugosos. El único problema era que, al enfrentarse a la grabadora de Warhol, Goddard se negaba a desembuchar nada o a hablar de gran cosa, exceptuando las pieles y las joyas que se habían convertido en sus compañeras más íntimas. Tras interminables grabaciones y transcripciones, Warhol entregó un manuscrito del grosor de una guía telefónica que, como descubriría Aronson, no contenía rastro alguno de narración que valiese la pena. Para no desanimarse por esta noticia —al fin y a la postre, el fracaso había sido el ingrediente para el éxito en el arte moderno—, Warhol decidió intentar una revisión, pero la nueva entrega no supuso una mejora significativa. «Tuve el doloroso honor —recordaba Aronson— de rechazar por segunda vez a Andy y su *Her*».

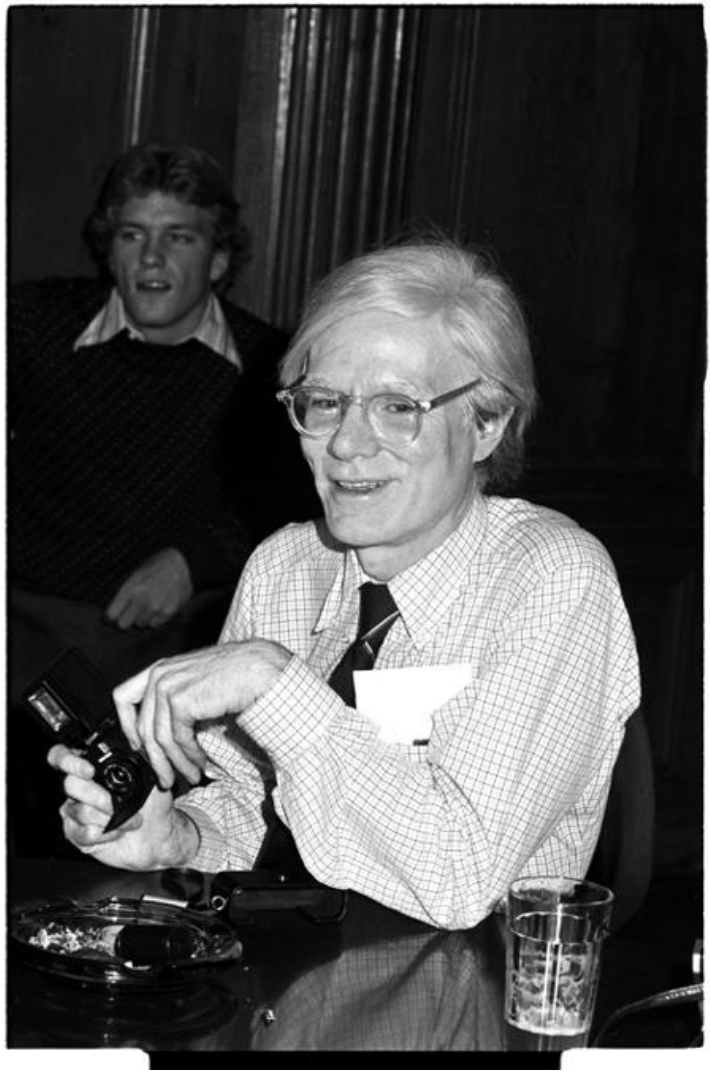
El segundo rechazo tuvo lugar en un lujoso restaurante francés —decía el editor que Warhol siempre fue un comilón en su compañía—, donde el aspirante a escritor trató de explicar qué había salido mal en su libro sobre Goddard. «Ella esperaba que yo la convirtiese en algo así como arte, y yo no sabía cómo hacerlo —le confesó—. La forma en que ella deseaba que la tratase era la forma en la que yo desearía que alguien me tratase a mí en un libro; me encantaría que alguien escribiera una biografía increíble sobre mí en la que nada fuese real y todo fuera locura y arte».

Eso era, al menos en parte, lo que el propio Warhol ofreció en el otro libro que había prometido a Harcourt, a finales de 1974: *POPism*, la «autobiografía» de su vida en los años sesenta. (El anticipo del fallido *Her* acabó siendo deducido del adelanto por el nuevo libro). «Jamás lo escribí, jamás lo leí» fue la versión que Warhol ofreció a una de sus antiguas superestrellas. En esta ocasión, el nuevo texto fue totalmente escrito de forma anónima por Hackett —con una significativa labor de edición posterior a cargo de Aronson—, basándose en parte en unas cuantas entrevistas que Warhol le concedió, pero sobre todo en entrevistas con un gran número de sus socios. Los recuerdos de estos eran incluso peores que los del artista, y a menudo estaban más adulterados por las drogas. De hecho, Emile de

Antonio felicitó a Warhol por la manera en que el libro ponía «mis palabras en tu boca». Otros pasajes dependían, a veces literalmente, de las cajas de recortes de prensa que nuestro artista entregó a Hackett. El resultado fue una vida de Warhol que no era fiel a la vida que en realidad vivió. Hasta se equivoca con el tiempo que hacía el día en que le dispararon y el número de balas que le alcanzaron. Puede que le agradase tanto más a Warhol por ese motivo.

Más inquietante es la desafortunada prosa en la que está escrito el libro, que no tiene casi nada que ver con la voz y la mente desafiantes del «yo» por el que Hackett y Aronson se hacían pasar, tal y como sobrevive en un buen número de registros literales.

Por cómo se publicó, el libro no tenía nada de «locura» ni de «arte», y era solo en parte la biografía irreal que Warhol había declarado que prefería. Al igual que en el caso de *Mi filosofía*, la renuncia de *POPism* a desvelar la auténtica y fascinante rareza de Warhol no tuvieron recompensa alguna, ni en lo que atañe a las ventas ni al atractivo elitista, cuando por fin el libro vio la luz, en 1980.



Borracho en un almuerzo en el estudio de Broadway.

44
1974–1975

UN NUEVO HOGAR | JED JOHNSON DECORA | EL REGRESO DE BRIGID BERLIN | LAS *CÁPSULAS DEL TIEMPO* Y EL ARTE PLÁSTICO DE LA BASURA | AYUDANTES DE ALTA ALCURNIA | UN ROLLS-ROYCE AL DISTRITO DE LOS DIAMANTES | LOS ALMUERZOS DE *INTERVIEW* Y SUS VÍCTIMAS

«Andy era tremendamente difícil. ¡No entiendo cómo alguien podía vivir con Andy Warhol!».

No llegaba a la categoría de mansión —solo era una casa adosada de seis metros de anchura—, pero era ciertamente una propiedad impresionante, en un amplio solar de la calle Sesenta y seis Este, en el corazón del Upper East Side. Construida en 1902, constaba de cuatro plantas de elegantes habitaciones con techos altos, un pórtico con columnas y una fachada con festones tallados en piedra caliza. Parecía la casa de un banquero porque, de hecho, lo había sido. Durante décadas había albergado a la familia del aristocrático vicepresidente de J.P. Morgan, a quien se había encomendado la tarea de reunir el rescate por el secuestro de Lindbergh. (Los cincuenta mil dólares habían pasado la noche en aquella casa, encerrados en un armario por el mayordomo, llamado Thomas Tring). Una década antes, con sus primeros propietarios, el lugar había sido testigo del enlace entre miss J. Archibald Murray, de los clubes Knickerbocker y Union, y lord Doune de Escocia, un matrimonio «de gran interés para la sociedad de Nueva York y de otras muchas ciudades […] que marca otra alianza entre dos prominentes familias del Viejo Mundo y el Nuevo», decía un «cable especial» para el *New York Herald*. Se trataba de un hogar con la historia más sustancial a la que podía aspirar cualquier arribista. Warhol fue quien se hizo con él.

Nuestro artista ascendió en el mundo, desde la calle Ochenta y nueve, al mudarse veintitrés manzanas al sur de Manhattan. Gustaba de decir que su nueva casa había pertenecido a «la abuelita blanca, anglosajona y protestante de alguien», el alarde de un inmigrante disfrazado de autodesprecio. Ahora estaba a la vuelta de la esquina de la moderna y lujosa casa que su nuevo amigo Halston estaba comprando justo por entonces, se encontraba a unas manzanas de su elitista marchante Leo Castelli y se hallaba rodeado por una serie de

ambiciosos millonarios, todos listos para que se les «declarase».

Pero puede que su adquisición inmobiliaria obedeciese a algo más que a la ambición social profesional. Con sus interminables compras, su casa de Lexington Avenue estaba a punto de estallar. Parece probable que Jed Johnson presionara a su compulsiva pareja a evaluar sus pertenencias con la esperanza de conseguir que redujese el ritmo. La nueva casa era asimismo una suerte de ofrenda de Warhol a su joven amante, que había gozado de un modo insólito al decorar la casa de Lexington Avenue; y nuestro artista quería proporcionarle un lienzo más grande en el que trabajar. La compra de la nueva propiedad era también un claro signo de su compromiso de convivencia con Johnson; puede que él anduviese buscando lo mismo a cambio.

Hacia el otoño de 1973, el joven estuvo visitando docenas de propiedades, tomando notas para mantener a Warhol al corriente de la búsqueda. Para Año Nuevo, la casa de la calle Sesenta y seis aprobaba la inspección. (No debería haberla pasado: las cañerías empezaron a gotear a los pocos meses de su llegada y el ascensor daba problemas constantes). A finales de enero de 1974, Warhol reunió trescientos diez mil dólares para cerrar el trato, un precio de ganga, decía Fred Hughes, que consiguió gracias al crac bursátil de unas semanas atrás. Con caída financiera o sin ella, entre el negocio de los retratos y sus producciones cinematográficas, Warhol estaba forrado: en el decenio y medio transcurrido desde su apogeo como ilustrador, había quintuplicado con creces lo que se sintió capaz de gastar en alojamiento.

Para finales de verano, Warhol había invertido otros setenta mil dólares en la reforma de la casa; había instalado los electrodomésticos de más alta gama; se había agenciado el más lujoso de los estéreos, con seis gigantescos altavoces de nogal; y había contratado a una empresa de mudanzas para que se pasase cinco días enteros cargando con sus pilas de enseres, después de que Johnson hubiese dedicado meses a revisarlos. («Y eso fue cuando solo acababa de empezar a comprar cosas», observó este). La artesanía nativa, la cerámica popular, la publicidad antigua y las diversas baratijas que Warhol había estado coleccionando durante décadas fueron empaquetadas en cajas que se almacenaron directamente en el piso superior de la nueva casa, donde jamás volverían a desempaquetarse.

La única reducción notable que provocó la mudanza afectó a montones de ilustraciones de Warhol de los años cincuenta. «Rompió en pedazos las viejas obras y las tiramos en bolsas de basura de plástico gigantes —recordaba Johnson—. Cargamos con ellas y las dejamos delante de otras casas de la manzana y a la vuelta de la esquina, porque él temía que alguien sintiese la curiosidad de saber de

qué se estaba deshaciendo Andy Warhol en tan grandes cantidades y decidiera recuperarlo. Aquella fue la única vez que le vi tirar algo». Nuestro artista, que recientemente se había convertido en retratista de los grandes y poderosos, no quería que nadie supiera que aquellos antiguos y pintorescos dibujos habían salido a raudales de su bolígrafo.

La estética de la nueva casa ejercía en realidad un efecto importante sobre la vida doméstica de Warhol. «Cuando vio que los pocos muebles que había comprado (rústicos y primitivos) parecían fuera de lugar en aquel nuevo entorno, en el que los espacios eran altos y clásicos —decía Jed Johnson—, me animó a comprar un mobiliario apropiado para ocupar esas estancias». La tarea se convirtió en una dedicada búsqueda de mobiliario de época que encajase en su nuevo hogar, que había sido construido al elegante estilo federal de la época de Thomas Jefferson. Las facturas de todo aquello enfurecieron a Warhol, no tanto porque fuesen muy elevadas —incluso las selectas antigüedades nativas americanas estaban todavía infravaloradas por entonces—, cuanto porque otro hubiese contraído las deudas en su nombre. No obstante, quedó encantado con los resultados. «Para entonces había visitado suficientes casas de gente rica para saber qué aspecto tenían cuando estaban bien hechas —explicaba Johnson—. Me decía que las antigüedades le hacían sentirse rico». Warhol no tardó mucho en empezar a unirse a su pareja en su caza, «buscando muebles americanos en Filadelfia o donde fuera —recordaba Vincent Fremont—. Andy estaba muy activo».

En uno de esos viajes, Johnson descubrió a Leo Sans, el artesano que había rehecho el estarcido de Tiffany en las paredes de la casa de Mark Twain en Hartford, Connecticut. Le encargó que convirtiera la nueva propiedad de Warhol en el cielo del estarcido. «Nada moderno. Valores estrictamente anticuados. Nada semejante a sus *Latas de sopa de tomate* ni a sus zapatos de tacón alto», recordaba Sans. Incluso llegó al extremo de elaborar estarcidos orientalistas en el techo de una habitación, por si su araña de bronce absurdamente rococó no estuviese lo bastante ornamentada de por sí. Sans recordaba que Warhol le alimentaba —«¡engordábamos allí!»— al tiempo que le elogiaba: «Leo, me gusta lo que haces. Es más sustancial que lo que hago yo. Yo me dedico a hacer trucos. La única diferencia es que mis trucos se pagan bien».

En poco tiempo, Johnson había conferido a varias habitaciones de la casa el aspecto de una u otra época. El majestuoso comedor, el salón y el dormitorio de la pareja se convirtieron en tributos a la fastuosidad federalista, con el ocasional toque napoleónico. Por algún milagro, la vieja cama con dosel que Warhol había comprado allá por 1960 por ciento setenta y cinco dólares era, de hecho, una joya de caoba de

principios del siglo XIX, por lo que sobrevivió en la nueva decoración, raspada, restaurada y luego reacondicionada con las más elaboradas colgaduras de época. La habitación de arriba, que Johnson reclamó como propia, se decoró al estilo victoriano, con algún toque del rigor del movimiento Arts and Crafts. El joven dejó asimismo una habitación «moderna» —del estilo de Ralph Lauren, cabría definirla— para albergar la colección de *art déco* de su pareja, así como las obras importantes de arte contemporáneo de Lichtenstein, Johns y Twombly, entre otros.

Mientras terminaba sus labores en la casa de la calle Sesenta y seis, Johnson consiguió un contrato para efectuar milagros similares en un apartamento neoyorquino propiedad de Pierre Bergé, la pareja (en los negocios y en la vida) de Yves Saint Laurent. A partir de ahí, el joven amante de Warhol inició una impresionante carrera en decoración, que todavía estaba creciendo cuando el vuelo 800 cayó del cielo.

La nueva decoración de la calle Sesenta y seis marcó un cambio real en el contexto cultural y social en el que Warhol se hallaba inmerso. En los años cincuenta y sesenta, el arte popular y de madera curvada, por no mencionar su teca danesa, de su anterior propiedad mantenía todavía fuertes vínculos con la cultura vanguardista y moderna del MoMA. A mediados de los setenta, con las intervenciones de Jed Johnson, la pareja vivía rodeada de un mobiliario a caballo entre la pretenciosidad de Park Avenue y la fabulosa pompa gay. En casa, y la mayoría de las noches en que se reunía con los peces gordos, Warhol dejaba atrás su antigua lealtad a la innovación y a los valores vanguardistas, que sobrevivía únicamente en algunas de sus obras artísticas más personales. La decoración de Jed Johnson podría haber aparecido en *Architectural Digest*, como una exquisitez de escaparate para Chanel, pero los elitistas y pedantes lectores de *Domus* jamás lo tolerarían, pese a ciertos vínculos con el naciente posmodernismo.

Pero tal vez el nuevo escenario doméstico de Warhol tuviera menos que ver con la estética que con la salud mental. La decoración maniaca de Johnson proporcionó a la vida del joven un enfoque del que carecía, lo cual resultó positivo para su frágil psique y, por ende, también para la de Warhol. Aunque ambos empezaron siendo compañeros inseparables, llegó un punto en el que Johnson ya no compartía el interminable gusto de su pareja ni su paciencia para la socialización y la vida nocturna, y surgían tensiones cuando él optaba por quedarse solo en casa. Aquel hogar poseía ahora toda una nueva significación para él, era una ofrenda de Warhol al tiempo que un campo de pruebas para sus talentos recién descubiertos. Las impresionantes labores de Johnson con la decoración contribuyeron a corregir el desequilibrio de poder que inevitablemente existía entre aquel hombre más mayor, famoso, exitoso y rico y él, una pareja

mucho más joven que no llegó a terminar sus estudios universitarios y que apenas tenía, a lo sumo, unas pocas destrezas cinematográficas a su nombre, resultantes de los proyectos de su pareja. Al mismo tiempo, ese nuevo equilibrio desestabilizó a Warhol. «Resultaba siempre difícil porque él no sabía lo que quería de los demás —dijo Jed Johnson en cierta ocasión—. Quería que tuvieses éxito, pero, por otra parte, quería que dependieras de él. El éxito habría significado independencia, por lo que siempre había contradicciones. Era difícil de complacer».

Al principio, Warhol estaba encantado de ayudar a Johnson a alardear de sus talentos como decorador ofreciendo cenas en su lujosa casa nueva. Pero al cabo de unos meses, estas recepciones empezaron a causarle una incomodidad tan manifiesta y los eventos sociales que compartían eran tamaños desastres que Johnson decidió dejarlo estar. Pensó que Warhol pasaba tanto tiempo con otras personas en la oficina, en los restaurantes y en las fiestas que necesitaba un lugar en el que poder estar a solas. Suzie Frankfurt prefería interpretar el comportamiento de su viejo amigo como simple neurosis: «Yo era incapaz de entender su relación con Jed, que era enrevesada de veras. Pensaba que Andy estaba sencillamente loco por él, pero muy en secreto. Creo que Andy hacía muy difíciles las cosas. Ni siquiera era generoso. No dejaba que Jed metiese a nadie en casa. ¡Estaba loco! Andy era tremendamente difícil. ¡No entiendo cómo alguien podía vivir con Andy Warhol!».

Al cabo de algún tiempo, la casa dejó de ser un hogar para convertirse en una caja fuerte, en la que Warhol era el guardián de sus tesoros. «Mantenía cerradas a cal y canto la mayoría de las habitaciones —recordaba Johnson—. Tenía una rutina. Recorría la casa cada mañana antes de salir, abría la puerta de cada habitación con una llave, se asomaba y luego volvía a cerrar. Por la noche, cuando volvía a casa, abría cada puerta, encendía la luz, se asomaba, cerraba con llave y se acostaba».

Pese a los espléndidos escenarios que Johnson había preparado para Warhol, o tal vez por un rencor silencioso hacia ellos, el artista prefería pasar el tiempo en la cocina del sótano, donde había insistido en conservar un antiguo fregadero de porcelana, que había reinstalado para que ocupase toda una pared. Algunas noches, pero no muchas, invitaba a comer allí a unos pocos amigos notables, mientras sonaba a todo volumen una televisión colocada encima de su caja de embalaje original. Y ciertas mañanas preparaba mermelada en su nueva cocina.

Tal vez aquella estancia recordase a Warhol la cocina del sótano de su madre en Lexington Avenue.

A veces se dice que, aparte de una guerra duradera, la muerte de un ser querido y una enfermedad grave, la mudanza es una de las experiencias más terribles y estresantes que un humano puede vivir. Tras sufrir la muerte de su madre y posteriormente su ataque de vesícula biliar, Warhol decidió mudarse, no una sino dos veces en un año, el mismo en que estuvo atareado produciendo los innumerables retratos de unas treinta y cinco personas diferentes, expandiendo *Interview*, yendo y viniendo de Roma por sus películas y trabajando en su inmenso proyecto de los travestis, el encargo más lucrativo que jamás había recibido. Incluso mientras terminaba de mudarse de casa, en agosto de 1974 Warhol pasó a trasladar toda su labor artística y editorial a unas nuevas instalaciones en la esquina noroeste de Union Square, cruzando Broadway en diagonal desde el edificio que había ocupado a partir de 1968. Había estado haciendo frente a una importante subida del alquiler en el Union Building y, con tal despliegue de actividad repartida en tres plantas diferentes, la conveniencia de agruparse resultaba evidente. «Necesitábamos más espacio. Era tan simple como eso», decía Ronnie Cutrone, el asistente artístico de Warhol en esos momentos. Fred Hughes había querido que el artista comprara el Union Building entero, pero una vez rechazada esa idea —afortunadamente, imaginémonos todo el tiempo perdido cobrando alquileres y ocupándose de las reparaciones—, él y Vincent Fremont vieron un cartel de SE ALQUILA al otro lado de la plaza y visitaron los más de mil cien metros cuadrados que se ofrecían. Les encantó aquel espacio y, aunque les costó lo suyo vencer las reticencias de un propietario que no estaba entusiasmado con la idea de tener a Warhol como inquilino, al cabo de un tiempo el espacio era suyo.

Ahorrador nato, Warhol insistió en que sus empleados transportaran en mano algunas de sus cajas a través de la manzana. «Una cosa menos para la empresa de mudanzas —decía—. Cobran por horas». Y todo ese trajín tuvo lugar bajo el sol de agosto, casi exactamente al mismo tiempo que Warhol y Jed se mudaban a la calle Sesenta y seis Este. Incluso la alta tolerancia de nuestro artista al caos y la multitarea debió de haberse puesto a prueba por la cantidad de cambios que estaban aconteciendo en su vida.

Las nuevas oficinas (ese plural se había vuelto ahora apropiado) ocupaban toda la tercera planta del edificio en el número 860 de Broadway. Décadas atrás había albergado la sede de S&H Green Stamps, cuyos productos habían sido el tema de algunas de las primeras obras de pop art de Warhol. Sus oficinas *vintage* incluían una grandiosa sala de juntas panelada en madera, procedente de Inglaterra y perfectamente acorde con la reciente imagen conservadora del artista. Cuando Fremont y Hughes vieron por primera vez el lugar, la

sala de juntas estaba rodeada de enormes espacios vacíos, interrumpidos tan solo por esbeltas columnas de hierro fundido; en su momento debieron de estar llenos de mecanógrafos y oficinistas.

Todo el dinero que se hubiese ahorrado gracias a la mudanza debió de compensarse con creces con los veinticinco mil dólares que costó una renovación sustancial del lugar, indispensable para que el nuevo alquiler satisficiese las múltiples necesidades de las múltiples empresas de Warhol, por no mencionar las peculiares necesidades del hombre que estaba al frente de ellas. La puerta blindada fue transportada a través de Union Square y atornillada en la nueva entrada, junto con una nueva cámara de vigilancia. (Aunque por la forma en la que se instaló lo único que era probable que revelase sobre un potencial intruso era una calva).

Esas medidas de seguridad pronto se aumentaron mediante un impresionante despliegue de dispositivos electrónicos, que hacían que el lugar pareciese tan seguro como Fort Knox. De hecho, eran componentes de una instalación de radio que Warhol había adquirido del joven artista Keith Sonnier, que trabajaba con alta tecnología. «La gran fascinación de Andy —recordaba este— era que parecía una cámara de vigilancia en el vestíbulo de una fábrica». En realidad, el equipo de trabajo solo procesaba las señales de radio procedentes del exterior y no incluía una sola lente.

El propietario se negaba a contratar un guardia armado que Warhol había solicitado para el vestíbulo, por lo que el artista se encargaba a veces personalmente de la vigilancia. Si por alguna razón Vincent Fremont no estaba allí para cerrar con llave por la noche, él hacía las rondas por el lugar de trabajo, comprobando todos los ceniceros e incluso desenchufando las fotocopiadoras «para que no iniciaran una combustión espontánea». (A regañadientes, dejaba conectado el frigorífico). Las noches en las que otros se encargaban de cerrar el negocio, Warhol se limitaba a recordarles interminablemente que hicieran la misma comprobación una y otra vez. Sus empleados lo veían salir por la puerta y regresar enseguida para repasar por última vez el lavabo del estudio trasero. En las raras ocasiones en las que Warhol no tenía otra opción que entrar él solo en la oficina vacía, llevaba consigo un palo afilado —«por si se atascan las puertas del ascensor y tengo que salir haciendo palanca»— y hacía saber a alguien que estaría allí.

«El personaje de Andy en la Factory era muy diferente de su personaje público —recordaba uno de sus empleados más jóvenes, que se pasaba días y noches con Warhol—. En la oficina era gruñón, cicatero y desconfiado, un pequeño empresario convencido de que sus trabajadores eran unos holgazanes. Era la figura paterna, el jefe; todos nosotros (Fred, Bob, Ronnie Cutrone, etcétera) nos comportábamos

como niños traviesos, saliendo a hurtadillas para echar un cigarro y ocultando las cosas que él desaprobaría. Mi recuerdo más vivo de él en la Factory es verlo pertrechado de mandil y escoba; barría sin cesar». El nuevo estudio tenía una extraña mezcla de humildad y extravagancia, según un empleado que llegó a los pocos años de su existencia: «No había agua caliente, solo agua fría, pero teníamos un servicio de limusina y cuentas de crédito en Le Cirque y Mr. Chow's».

Más allá de la puerta de acero y la cámara, el nuevo espacio incluía despachos para Fred Hughes, Vincent Fremont, Bob Colacello y Pat Hackett, aunque esta trabajaba básicamente en casa. Y, de algún modo, Warhol logró asegurarse de que todos los espacios de sus ayudantes fueran bastante permeables: estaciones de paso en las rutas naturales de migración a través del estudio, más que auténticos despachos en los que alguien pudiese refugiarse en busca de privacidad.

La planta estaba más o menos dividida entre una serie de habitaciones para Andy Warhol Enterprises, sede de la producción de arte, cine y vídeo, y otra serie para la revista *Interview*.

Sin duda, Andy Warhol Enterprises salía mejor parada. El corazón de su espacio era una enorme sala iluminada por un arco de ventanas que daban a Union Square y a Broadway, y estaba decorada con algunas obras *art déco* escogidas por Warhol. Sin embargo, sus nuevas paredes no se pintaron durante años, ya que nuestro artista, con su brillante ojo para la vanguardia, había llegado a considerar que las juntas de masilla del pladur eran una suerte de abstracción irónica. La idea se le había ocurrido tres o cuatro años antes y, más tarde, la mudanza al número 860 de Broadway le permitió constatarla: «Donde entran los clavos y luego pones yeso sobre ellos para que no se vean, se produce un efecto que me gusta». Aquella era la sala en la que se recibía a clientes y mecenas, se fotografiaba con la Polaroid a los modelos de los retratos y se efectuaban toda clase de transacciones en un par de escritorios con un par de teléfonos y dos grandes libros, en los que se grapaban las invitaciones sociales de Warhol, una para el día y otra para la noche, de manera que hubiese la sensación de que todos los empleados de la Factory podían aprovechar sus contenidos.

En las tardes tranquilas, Warhol solía instalarse junto a una de las grandes ventanas de la sala para leer el periódico, sorbiendo el relleno cremoso de sofisticados bombones y luego escupiendo el resto en una servilleta de papel. «Supuestamente no debía comer chocolate a causa de su vesícula biliar», recordaba Fremont. (El pollo frito era otra comida que consideraba prohibida). Un ayudante interpretaba la frecuente presencia de Warhol en la ventana como un gesto de generosidad hacia los fans que podrían gustar de verlo allí.

Hughes se habilitó un espacio en un extremo de esa sala y acabó

ocultándose detrás de unos biombos, y Vincent Fremont tenía un despacho en el otro extremo que también funcionaba como vestíbulo de la sala de juntas panelada en madera, lo cual le asignaba la tarea de saludar a cualesquiera eminencias que pudieran presentarse allí. Warhol no se había reservado ningún auténtico despacho propio; se paseaba entre los escritorios de sus subordinados, sembrando cierto caos a su paso. «A Andy le gustaba compartir», comentaba Fremont con una buena dosis de sarcasmo.

Más allá de esa estancia delantera, Warhol tenía en las profundidades de la planta lo que cabría denominar su espacio de pintura «formal», resultante de la reconversión de una sala de proyección que habían instalado pero nunca utilizado, debido a una pausa, o tal vez un cese, en las producciones cinematográficas del estudio. «Todo el asunto de las "Películas de la Factory" quedó parado una vez que nos mudamos al 860», recordaba Pat Hackett. Como una sala destinada a las proyecciones, aquel nuevo espacio pictórico carecía de ventanas, pero es probable que Warhol se percatara de que un artista que ya no estaba cultivando nada semejante al arte tradicional apenas necesitaba la luz solar de un estudio tradicional. Era preferible reservar las habitaciones con más ventanas para recibir a los clientes activos, los elementos vitales —la «luz», el «color» y la «forma»— del arte comercial de Warhol. Tras ser recibido con una charla y una copa en la estancia delantera o en la sala de juntas, cualquier cliente que hiciese una «visita al estudio» era acompañado hasta la antigua sala de proyección, donde el artista trabajaba en efecto en sus lienzos más ordenados y más anodinos. Solía haber unos cuantos de ellos apoyados contra las paredes como sugerencias nada subliminales de retratos que podían ser pintados u obras que podían ser adquiridas.

A los visitantes rara vez se les invitaba a ir más allá de una puerta cerrada con llave al fondo de aquel espacio, que daba a otro mucho más amplio pero igualmente oscuro, donde Warhol trabajaba en proyectos más personales y a veces más obscenos. Era probable que participasen modelos desnudos de ambos sexos, que en ocasiones hacían mucho más que posar. «Había dos Andys —contaba uno de sus ayudantes—. El de fuera, para *Interview*, y el artista, en la sala trasera». Cuando el Andy editor mantenía demasiado ocupado al Andy artista para usar esa sala trasera, Fremont realizaba sus experimentos en vídeo en algún lugar de sus oscuras profundidades.

Finalmente, más allá incluso del espacio pictórico de Warhol, se extendía el almacén, que necesitaba para todas sus creaciones artísticas, sí, pero sobre todo para los artículos que no podía evitar comprar y los *portfolios* de los que se resistía a deshacerse, e incluso para las viejas sillas rotas que habían pasado del sótano en la Silver

Factory al almacén de la octava planta del Union Building y ahora, sin mayores probabilidades de ser reparadas ni utilizadas, al estudio de Broadway.

Con Andy Warhol Enterprises ocupando fácilmente cuatro quintas partes del espacio de la planta, los trabajadores que sacaban adelante *Interview* quedaban confinados a la quinta parte restante, una larga franja de oficina abierta, amueblada con mesas y sillas viejas y rudimentarias, y cuya iluminación provenía de ventanas que daban a un oscuro callejón. No era que Warhol desdeñara la revista ni a su redacción —invertía dinero y tiempo intentando mantener a flote sus esfuerzos—; era solo que sus empresas artísticas tenían raíces más profundas en su corazón y engrosaban su cuenta bancaria.

Las actividades paralelas de Warhol compartían la misma planta y en cierta ocasión este afirmó que sus publicaciones y sus serigrafías eran «una misma cosa, pero en distinta habitación». Aunque lo cierto es que no había mucha circulación entre ellas. Como bromeaba Brigid Berlin: «Si preguntásemos a cualquiera de esos chicos que trabajan en *Interview* a qué celebridad mundial les gustaría más conocer, ¡creo que todos dirían que a Andy Warhol!».

Con la mudanza al número 860 de Broadway, Berlin, que ahora recibía un salario, llegó a representar la cara pública de Andy Warhol Enterprises. Sentada junto a uno de los grandes escritorios de la estancia principal, era el Cerbero de la nueva oficina, que mantenía una estrecha vigilancia sobre cualquiera que solicitase el acceso. Pero ese papel era más simbólico que real. «Si hubiera pasado un tanque y le preguntaras "¿Has visto un tanque por aquí?", alzaría la vista sin tener la más remota idea», recordaba Vincent Fremont. Berlin contaba que había empezado dedicándose a la transcripción y la mecanografía, pero al poco tiempo estaba más consagrada a su omnipresente punto de cruz. Su irrefrenable excentricidad la convertía en el último vínculo viviente con los días salvajes de la Silver Factory. Esa circunstancia, sumada a su auténtica sangre azul, le granjeaba permiso para hostigar y atormentar a Warhol como jamás llegó a hacer siquiera Fred Hughes. «Actuaba como su esposa, lo cual significaba que solía gritarle y ambos reñían», decía Fremont. Sus conversaciones telefónicas nocturnas eran legendarias (y quedaron registradas). Una vez Berlin llamó a casa desde una exposición de su arte en Alemania, y se explayó de tal manera que a Warhol le dio tiempo de asar un pollo. (Dadas las tarifas de las llamadas de larga distancia en aquella época, aquella ave le debió de costar una fortuna).

Berlin recordaba que era la primera persona que llegaba a la oficina cada mañana:

> Pero, en cuanto llegaba, me pasaba el día pendiente del reloj hasta la hora de marcharme. Y cada año salía cinco minutos antes, y Andy solía consultar su reloj y

decir: «¿Adónde vas?». Yo le respondía: «Me marcho a casa».

«Está empezando la diversión», replicaba. Y entonces me daba cien dólares y me encargaba que fuese a la tienda de licores y comprase whisky irlandés, y yo volvía y preparaba café irlandés, me emborrachaba y le decía a Andy que era un cerdo y que lo odiaba.

(El dinero para la bebida llegaba, como el resto, en forma de un solo billete de cien dólares, liberado de un alijo secreto que Warhol mantenía oculto en una vieja lata de galletas; fue desenterrado en el estudio varios años después de su muerte y todavía quedaban catorce mil dólares en billetes de cien).

Independientemente de las juergas de la noche anterior, Berlin solía estar esperando en la puerta principal cuando llegaba Fremont para abrir, a las 8.55 de la mañana. En el momento en que subían, sonaba el teléfono, con su jefe al aparato para asegurarse de que se estaba poniendo en marcha la operación y se estaban protegiendo sus intereses. «No estás tirando nada, ¿verdad?», preguntaba a Berlin. «Que Dios nos ayude si tirábamos una lata de café», recordaba esta.

Como sucedía con tanta frecuencia con Warhol, esas excentricidades conducían a importantes creaciones artísticas. Mientras su gente hacía la mudanza al número 860 de Broadway, el carácter obsesivo del artista por ahorrar —¿o se trataba acaso de almacenamiento compulsivo?— generó un proyecto conceptual tan peculiar y significativo como cualquier obra de los creadores oficiales del arte conceptual.

Durante unos treinta años, la aversión creciente de Warhol a los cubos de basura había conducido a una enorme acumulación de papeles misceláneos, desde sus facturas comerciales hasta sus picantes revistas gais, pasando por todos sus resguardos de entradas de la ópera, el teatro y el cine. Tras ser almacenados durante algún tiempo en el norte de Lexington Avenue, en la calle Cuarenta y siete o posiblemente incluso en los primeros apartamentos del artista, todos estos restos de la vida de Warhol se habían sedimentado en las habitaciones que alquiló en la octava planta del Union Building. Tal como Vincent Fremont contaba la historia, las cajas en las que iban empaquetados estos desechos eran demasiado grandes y pesadas para ser acarreadas a través de Union Square por cualquiera excepto los mismos profesionales de las mudanzas cuya carga (y factura) Warhol quería aligerar. Así que Fremont salió en busca de cajas de cartón más manejables para transportar toda aquella escoria. «Podían ser cápsulas de tiempo», le dijo a su jefe, y entonces vio encenderse una bombilla en la cabeza de Warhol: llegarían a ser las *Cápsulas del tiempo*, dignas de las mayúsculas y las cursivas de una obra de arte. Una vez que el

artista las hubo declarado arte —una especie de cruce entre escultura y conceptualismo—, las cajas ocuparon sus propios estantes en las nuevas oficinas, con su correspondiente diagrama de estanterías.

Las *Cápsulas del tiempo* iniciales contenían todos los trastos viejos que Warhol había acumulado hasta la fecha: la correspondencia de Julia Warhola y los adornos navideños de décadas atrás, o pilas de ilustraciones comerciales y anuncios que no habían llegado a ser destruidos en la mudanza a la calle Sesenta y seis. Pero casi de inmediato iban naciendo nuevas *Cápsulas*, llenas de cualquier nuevo detrito generado por nuestro artista. Una caja de cartón de tamaño estándar se colocaba junto al escritorio en el que él estuviese trabajando, preparada para acoger cualquier cosa que este tirase dentro; a menudo la propaganda habitual que recibía un artista, pero a veces facturas que deberían haber sido pagadas, documentación de importantes actividades empresariales o incluso obras de arte de Warhol o de sus amigos. Se han hallado bobinas enteras de sus películas enterradas en esas cajas.

Al igual que mucho del conceptualismo más notable, la nueva obra de nuestro artista pretendía ser un proyecto en curso más que fijo y terminado; estaba construida en torno a un algoritmo más que a elecciones y gustos preconcebidos. El algoritmo particular que Warhol desplegó para gobernar los contenidos de sus *Cápsulas del tiempo* rezaba: «Incluir cualquier cosa y de todo».

«Todo resultará tan simple que todo será arte», había pronosticado Warhol en 1966, tras expandir la producción de la Factory para incluir películas, vídeos, papel pintado y, posiblemente, a él mismo y a sus superestrellas. Ahora estaba haciendo una realidad absoluta esa predicción.

El año del traslado del estudio, por ejemplo, había abierto un McDonald's en Union Square, a unos pasos de distancia de la puerta principal del nuevo edificio. En un principio, Warhol se había sentido horrorizado ante la perspectiva de su llegada, «con las calles llenas de basura y de vagabundos, y con atracos el día de la paga». (Hasta ahí había llegado su amor automático por todo lo popular). Pero después de años de almuerzos saludables en Brownies, cambió sus lealtades e invitó a Brigid Berlin a unirse a él en su apostasía. «Decía: "¡Oh, Brig, te va a encantar! ¡Es el lugar más fabuloso!" —recordaba Berlin varias décadas después—. Era todo precioso. Las hamburguesas estaban envueltas en papel. Había pequeños agitadores de plástico para el café, y pastel de manzana en una caja que se plegaba por ambos lados y la deslizaba hacia fuera cuando la abrías». Una vez que el dúo se había llevado su almuerzo para comérselo en la oficina, solo faltaba hacer una cosa con el embalaje sobrante: añadirlo a la última *Cápsula del tiempo* en curso, como el más reciente del torrente de excéntricos

materiales de artes plásticas utilizados por Warhol desde su inicio en el pop art. Y he aquí una entrada de un inventario del siglo XXI de los quinientos treinta y ocho artículos de la *Cápsula del tiempo* número 212, actualmente almacenada junto con otras seiscientas nueve compañeras en el Museo Andy Warhol en Pittsburgh:

> COMIDA/PRODUCTOS:
> Envoltorio: dos envases de patatas fritas de McDonald's.
> Cloruro sódico: dos paquetes de papel, cada uno de los cuales contiene cuatro filas de bolsitas de sal de mesa, cada una de ellas con el logo de McDonalds en el anverso y con unas dimensiones aproximadas de 3,2 × 4,5 centímetros.

Las *Cápsulas del tiempo* revelan que Warhol era un artista de tal calibre que su algoritmo continuaba operando incluso después de su muerte. La *Cápsula del tiempo* número 84 de su «escultura» acumulativa incluye una carta a Fred Hughes que hace referencia al «difunto Andy Warhol».

La acumulación en las *Cápsulas del tiempo* se antoja hoy aleatoria —supuestamente lo era— y quedaron muchos objetos fuera, pero los objetos de algunas cajas proceden de tantos años diferentes que salta a la vista que Warhol practicó la mezcla y la combinación deliberadas. «Todas las veces que estuve ayudándole a envolverlas y sellarlas, no parecía que se limitara a agregar cosas sin más —decía su ayudante de los años ochenta, Benjamin Liu—. Se diría más bien que esto iba aquí y lo otro iba allá». Las *Cápsulas del tiempo* podían convertirse en la última morada de objetos de importancia genuina para Warhol, tales como la foto firmada de Shirley Temple que recibió de niño y que mantuvo sobre la repisa de la chimenea mientras despegaba su pop art, o las impresiones fotográficas que encargó de su cuerpo atravesado por las balas mientras era introducido en la ambulancia aquel día de junio.

Varias veces, Warhol construyó castillos en el aire para presentar las *Cápsulas del tiempo* como obras de arte vendibles, por cien dólares cada una, o por cinco mil o por cualquier cantidad que pensara que su mercado aceptaría en cada momento. «Cuando las revisas, ves cosas a las que en realidad no deseas renunciar», comentaba en una de las varias ocasiones en las que volvía a examinar el contenido de una caja que ya había cerrado y luego era incapaz de dejarla. La idea era que los clientes comprasen las *Cápsulas* cerradas, a ciegas, pero se hablaba de introducir en cada una un dibujo original de Warhol, o tal vez un bombón Godiva, a fin de garantizar al menos alguna clase de tesoro para cada comprador.

Un día, después de ver la finca de la estrella de cine Joan Crawford a la venta en una casa de subastas, Warhol fantaseó con la idea de subastar también sus *Cápsulas del tiempo*, pero en una galería de arte, y

retocarlas primeramente para sacar partido de su estatus icónico personal: «Intentaría hacer que todas las cajas tuviesen algún interés. Metería uno de mis atuendos, o una camisa vieja, un par de calzoncillos…, algo genial en cada una». Warhol se percató de que, independientemente de los artículos que sus *Cápsulas del tiempo* pudieran contener, funcionaban asimismo como un retrato del artista estelar que era su creador.

Warhol sabía que la premisa que subyacía a sus *Cápsulas del tiempo* era que algún día otras personas examinarían lo que él había elegido preservar en ellas. El título que les había dado implicaba justo eso. No obstante, este hecho no le impidió llenar sus cajas con cartas personales de amantes y amigos, o con informes médicos sobre sus dolencias más íntimas. El algoritmo del proyecto lo exigía y, con Warhol, las exigencias artísticas eran siempre lo primero.

En una vida de excentricidad creativa, las *Cápsulas del tiempo* fueron ciertamente la obra de arte más excéntrica que jamás creó, pero hundían sus raíces en el pasado del artista. El novio temprano de Warhol John Giorno era asimismo un archivista compulsivo, como explicó el propio Giorno en cierta ocasión, y había heredado esa tendencia de los poetas *beat* que lo precedieron. En la carrera del propio Warhol, las *Cápsulas del tiempo* surgieron claramente del proyecto «Raid the Icebox», que había sacado de las bóvedas del Museo de Rhode Island. Y con ellas estaba creando su propia acumulación frenética de desechos, al tiempo que invitaba a futuros artistas y conservadores a «saquear» las cajas a su antojo. (Muchos se han complacido en hacer justamente eso, en una exposición tras otra de los extraños contenidos de las *Cápsulas*).

Existía otro antecedente de las *Cápsulas*, más reciente y más directo, que podría haber sido incluso más influyente para Warhol que su propio proyecto «Icebox», y una vez más lo presenta como una esponja de extraordinarias proporciones. En abril de 1974, unos cuatro meses antes de que comenzara a trasladar sus papeles, una instalación pionera del artista alemán de moda Gerhard Richter estaba siendo expuesta por Heiner Friedrich, un marchante que ya había exhibido a Warhol y pronto se convertiría en un importante cliente suyo.

La obra se titulaba *Atlas* y consistía en un enorme archivo de toda clase de fotos y recortes de periódicos en apariencia aleatorios que Richter, devoto de Warhol, llevaba años guardando. En Nueva York, en 1971, había pintado un importante lienzo de Brigid Berlin, por lo que ya aparecía en el radar de nuestro artista. Las noticias de la exposición de Richter con Friedrich sin duda hicieron que ese radar enloqueciera.

Tanto el *Atlas* como las *Cápsulas del tiempo* son posiblemente las dos obras más importantes de la historia temprana de lo que llegaría a ser

un gran movimiento «archivístico» en el arte contemporáneo, y parece que la creación de Warhol tiene sus raíces en la de Richter. Ahora bien, aunque las *Cápsulas* pueden ser en efecto parasitarias del *Atlas*, su disparatado alcance y su ambición elevan la idea del alemán al siguiente nivel.

Evocando muchas de las mejores obras de pop art de Warhol, sus *Cápsulas* logran parecer absolutamente directas y «ostensivas» —se limitan a apuntar a cualquier cosa que contengan—, al tiempo que dan la impresión de ser oscuras y desconcertantes por completo. Ello significa que se acercan sobremanera al personaje superficialmente superficial de «lo que ves es lo que obtienes», que Warhol había creado para sí mismo en la Silver Factory. Los centenares de miles de artículos contenidos en las *Cápsulas del tiempo* parecen revelar todo lo que cualquiera podría querer saber acerca del hombre y del artista llamado Andy Warhol. Asimismo, contribuyen a confundir, abrumar e incluso frustrar a sus biógrafos en mayor medida que las más directas de sus mentiras.

O acaso Warhol fuese consciente de haberse situado hasta tal punto en el ojo de la tormenta cultural que fue su época que aquello que acumulaba en sus *Cápsulas del tiempo* contaba como los depósitos de una era entera. Examinarlas es sin duda una labor arqueológica.

Antes de la mudanza, *Interview* ya se había estado pasando de ser una «Revista de cine» a una «Gaceta del glamur». Las nuevas oficinas permitían que su redacción estuviese a la altura de esa transformación. Complementando a la aristocrática Brigid Berlin en su papel de recepcionista estaban varios europeos distinguidos (un muchacho parisino y una dama veneciana) a los que se sumaron, como pasantes de *Interview*, las mujeres a las que Colacello apodaba las Magdalenas Inglesas. Estas eran miembros de la clase alta británica como Catherine Guinness, del antiguo imperio cervecero, y lady Anne Lambton, hija del quinto conde de Durham, que aparecía al lado de Warhol en eventos por toda Nueva York, por todo el país e incluso por todo el mundo. Fernanda Eberstadt, a la sazón una adolescente perteneciente a la flor y nata neoyorquina, creía que el artista sentía un apego genuino y particular por Guinness, una joven con «una frialdad y una indiferencia ligeramente inhumanas que le atraían». Tanto ella como él hacían sus rondas nocturnas, como se supone que han de hacer las personas de mucha vida social, pero también estaban encantados de quedarse en casa viendo la televisión.

Eberstadt recordaba la fascinación que Warhol experimentaba hacia el mundo de las escuelas privadas, en el que ella misma había ingresado. «Andy sentía curiosidad por la vida en el Upper East Side:

no le agradaba demasiado, pero sentía una especie de curiosidad antropológica. Familias antiguas, familias de dinero. Sentía una curiosidad especial por sus flaquezas y sus secretos; parecía asombrarlo el hecho de que los chicos ricos pudieran tener espinillas o problemas para conseguir una cita». Se sintió entusiasmado cuando ella le invitó a almorzar a su colegio privado (junto con Hughes, Colacello y Guinness) y aterrorizado cuando la directora acudió a regañarla por sus invitados no anunciados.

En el número 860 de Broadway, el «trabajo» de esas señoritas, como Eberstadt y las Magdalenas Inglesas, se dividía entre las humildes tareas en calidad de recaderas durante el día —atender el teléfono, regar las plantas, traer el almuerzo de Brownies, transcribir entrevistas para *Interview*— y las glamurosas labores nocturnas como acompañantes en todas las inauguraciones, fiestas y cenas a las que Warhol asistía. (A veces no eran tan glamurosas: las fotos de un agente de prensa muestran a Catherine Guinness y al artista en un acto para recaudar fondos para un político demócrata en 1974. El evento era tan tosco que todos los invitados llevaban etiquetas adhesivas con su nombre, como en una convención de dentistas, por si alguien no caía en la cuenta de que estaba hablando con Andy Warhol).

Las damiselas británicas solían entrar en la órbita de nuestro artista a través de Fred Hughes, cuyos gustos esnobs crecían año tras año. Tanto Guinness como Lambton estuvieron realmente comprometidas con él en algún momento, aunque da la impresión de que tales «compromisos» —Hughes tuvo varios más, amén de un auténtico matrimonio— no eran lo que la mayoría de la gente entendería como tal. «Recibí un anillo de compromiso y lo acepté, pero ignoro si alguna vez supe cuándo empezó o terminó [el compromiso] —contó Lambton a un reportero—. Era una relación muy chapada a la antigua. Una relación muy cortés».

Al menos para algunas de las mujeres a las que Hughes «cortejaba», la relación era asimismo platónica. Eberstadt describía su «noviazgo» con él como un «semirromance».

La relación de Warhol con Hughes posiblemente fuese más agitada aún, pasando de un encaprichamiento al amor-odio y, algunas veces, había más odio que amor. «Sus sentimientos hacia Fred eran muy complicados —recordaba Eberstadt—. Creo que él alentaba su mitomanía, su pretensión de ser un playboy aristócrata texano, con ristras de glamurosas novias tituladas. Fred era una alcohólico fuera de control, y creo que Andy disfrutaba ejerciendo ese poder sobre él».

En cuanto Warhol se mudó a la calle Sesenta y seis, Hughes se instaló en la vieja casa adosada de Lexington Avenue, pagando el alquiler —y, por ende, rindiendo pleitesía— al hombre cuyos logros conferían sentido y estructura a los suyos propios. Nuestro artista

contrató una nueva hipoteca de sesenta mil dólares sobre el edificio, aparentemente para pagar las profundas reformas que deseaba hacer su amigo y nuevo inquilino. A pesar de que Hughes residía allí, la casa se contabilizaba como gasto en concepto de una galería de arte y un espacio de recepción para Andy Warhol Enterprises. Un contable le aconsejó que llevase un «registro diario de invitados», que debió de estar básicamente en blanco, o relleno con los nombres de todos los londinenses de clase alta que utilizaban aquel lugar como sitio donde dormir en Nueva York.

Un par de años más tarde, Diana Vreeland le contó a Warhol una historia acerca de Hughes que muestra que el artista era parcialmente culpable de las tensiones entre ambos hombres:

> Él estaba criticando mi conducta hacia cierta persona. Yo estaba siendo muy mandona, muy grandiosa, muy imponente y todo eso. Y él dijo: «No tienes ningún derecho a tratar a la chica de esa manera. La tratas igual que Andy me trata a mí». Y yo dije: «Eso está bien, porque sois los mejores amigos que jamás he visto». Él replicó: «Sí, eso es otra cosa. Solo quiero que sepas que esa no es forma de tratar a nadie».

Warhol no negó la versión de Hughes de su trato. Pero él y Vreeland comentaban asimismo la conducta cada vez más errática de su amigo, y especialmente sus lapsus de memoria. «A mí me parece muy rara su forma de olvidarse de las cosas, ¿no crees? —decía ella—. Y luego todo lo que recuerda… Su mente es un hervidero. Unas veces presta atención y otras no. Nunca sabes a qué atenerte porque jamás muestra una reacción». A lo que Warhol respondía: «Esas son nuestras peleas […]. Fred solía tratarme estupendamente. Cuando no te trata tan bien, te da que pensar, pero entonces conoces a la persona auténtica. Sigue siendo una gran persona».

Una triste circunstancia que ninguno de los interlocutores podría haber conocido es que tal vez estuvieran describiendo signos tempranos de la esclerosis múltiple que más tarde abatiría a su amigo común.

Warhol se gastaba un dineral pavoneándose por ahí con las Magdalenas Inglesas que Hughes había introducido en su vida. (Entre sus papeles se conservan los billetes de sus vuelos). Pero eso no era nada comparado con lo que se gastó en otra joya británica más impresionante todavía, que se vio merodeando por el número 860 de Broadway unos ocho meses después de mudarse allí: un Rolls-Royce Silver Shadow de 1974, encargado a medida el otoño anterior con una carrocería marrón sobre negro, asientos de cuero negro y un salpicadero de nogal nudoso. Con un precio de treinta mil dólares y un peso de más de dos toneladas, aquel era el símbolo definitivo de haber llegado tan lejos. Si, como Fred Hughes afirmó en cierta ocasión,

Warhol tenía pánico a parecer «convencional o distinguido», claramente se esforzaba para superar ese complejo.

Con el Rolls como su mayor derroche, la avalancha de adquisiciones varias debió de parecer casi una muestra de contención. Llevaba ya un par de decenios comprando muebles antiguos, artes folclóricas y extraños artículos de la cultura popular, y era un exceso que mantenía en todos esos frentes incluso mientras ascendía en la vida. En 1975, una sola factura de un comerciante de antigüedades rozaba los treinta mil dólares; meses más tarde, el anticuario seguía rogando a Warhol que la pagara; y lo mismo unos meses después.

Otras facturas, pilas y pilas de ellas, muestran que sus compras tomaban una dirección. «Una pulsera de diamantes/engaste de platino/56 diamantes de talla esmeralda—8.500 dólares», dice un recibo; «accesorios/pulsera c. gran citrino—1.020,62 dólares», se lee en otro. Warhol compraba con tanta fruición piedras sin engastar como joyas auténticas, y llegó a ser un insólito favorito de los comerciantes jasídicos del distrito de los diamantes, en la calle Cuarenta y siete Oeste, que él gustaba de llamar la «calle de los sueños». «Tenía todos aquellos pequeños vendedores secretos en el interior de los edificios», recordaba Joan Quinn, otra fanática de las joyas que llegó a ser editora de *Interview* para la Costa Oeste.

Warhol podía irse del puesto de un comerciante con docenas de piedras preciosas sueltas, más pendiente de la cantidad que de la calidad. No compraba joyas para disfrutar su brillo y su perfección, ni para dejar que otros las disfrutasen o las luciesen, ni siquiera con ninguna intención real de revenderlas; sino por el valor que representaban, casi en abstracto, y básicamente por el gusto de comprarlas. (Lo cual, si se piensa bien, era el motivo por el que muchos coleccionistas habían adquirido sus cuadros). «Yo le preguntaba por qué se molestaba en comprar veinte cosas pequeñas en lugar de una grande por el mismo precio —escribió Johnson—. La respuesta debería haber sido evidente para mí: una cosa grande habría requerido menos compras».

Precisamente porque el cliente era Warhol, con su pasado y su bagaje como artista, sus compras poseían y poseen un significado diferente del que tienen para otras víctimas del mismo gusanillo. La adquisición de una u otra índole siempre había ocupado un lugar peculiar y central en la creatividad de nuestro artista: su pop art temprano había implicado la acumulación de imágenes —de bienes de consumo, de estrellas de cine, de desastres— y posteriormente, en la Silver Factory, «adquirió» excéntricos y superestrellas que pudo plasmar en películas y luego en cintas de audio. Cuando presentaba sus «hallazgos», ya fuese en las veinticuatro horas de la película *Four Stars* o a lo largo de las quinientas páginas de transcripciones impresas

de su novela *a*, no era tanto por el placer que experimentaba al coleccionarlos; sino que más bien mostraba la apertura única del propio Warhol al mundo y a todo cuanto había en él, así como el «gusto» por lo que allí encontraba: «Me gusta todo porque es difícil hacer una película, es difícil hacer una obra teatral, es difícil hornear una tarta, es difícil comer, todo es difícil», dijo en cierta ocasión. Para él, el mero hecho de estar vivo era tan difícil que el «gusto» por cualquier cosa existente en el mundo significaba una suerte de victoria.

En lo tocante a sus joyas, no necesitaba que estas gustasen a otros, ni siquiera que supiesen que las poseía. Un amigo decía que Warhol llevaba a veces un puñado de diamantes sueltos en el bolsillo interior del pecho, no para presumir ante los demás, sino porque le entusiasmaba ser el único en saber que estaban ahí.

«Andy poseía la sabiduría del campesino según la cual, si los demás (fuesen muy ricos o muy pobres) sabían que tenías algo bueno, probablemente intentarían arrebatártelo —recordaba Johnson el año después de la muerte de Warhol—. Por ello ocultaba sus posesiones. Practicaba el consumo no conspicuo. Llevaba un collar de diamantes, pero solo bajo un jersey de algodón negro de cuello alto. En cierta ocasión entré en la habitación mientras él contemplaba por encima de sus gafas una joya brillante. Le pregunté: "¿Qué es eso?". Me respondió: "Nada, no es nada". Le dije: "Pues parece bonito". "Oh, no lo es, no es nada", repuso nervioso, y se la guardó en el bolsillo. Por supuesto, jamás volví a verla». Para Henry Geldzahler, un viejo amigo de Warhol y vástago de comerciantes de diamantes, la obsesión del artista por las gemas era «espeluznante» y «extremadamente fascista». Johnson contaba que escondía las joyas debajo de su cama o en los pliegues del dosel que la cubría.

En los tres años posteriores a su doble mudanza, Warhol se gastó casi doscientos cincuenta mil dólares en «utilería» para su empresa. Una buena parte no se vio jamás después de su adquisición.

No es que semejante extravagancia contrarrestase su tacañería natural. Todos los comerciantes de los mercadillos recuerdan cuánto les presionaba para conseguir ofertas y descuentos. En la oficina, lograr que comprase una nueva grabadora o cafetera era una auténtica proeza. Una vez, cuando Warhol envió a una subalterna a comprar naranjas para zumo, la reprendió por no pedir el recibo. Había planeado contabilizar la fruta como utilería, explicaba: «Primero haré una foto, una naturaleza muerta, y luego haremos el zumo». Colacello recordaba que les obligaba a guardar las pilas viejas, en caso de que llegasen a ser valiosas una vez que subiera el precio del cobre.

Hemos de preguntarnos hasta qué punto Warhol bromeaba realmente cuando habló, en *Vogue*, de comprar una de las nuevas

calculadoras electrónicas:

> Podría llevármela al [supermercado de] Grand Union y coger un montón de cosas diferentes y sumarlas unas a una en mi calculadora y llenar una cesta y hacer la cuenta y entonces dejar la cesta y luego ir a Gristede's o a Sloane's o a First National y coger exactamente los mismos productos y sumarlos y, una vez calculada la cesta más barata, regresar a esa tienda y comprarla.

Warhol pasaba dos o tres horas diarias comprando, pero podría haber dicho que eran «solamente» dos o tres horas. Si a veces tenía que «acortar» (para sus estándares) sus salidas de compras, era porque Fred Hughes lo necesitaba en la sala de juntas del número 860 de Broadway, panelada en madera. Era allí donde este organizaba los famosos almuerzos de *Interview*, hasta tres o cuatro semanales, en los que se mezclaban potenciales anunciantes con potenciales entrevistados con potenciales compradores de retratos u obras de arte, a los que se añadían jóvenes modelos o artistas con potencial, así como el ocasional marchante o comisario de arte. Podía haber «estrellas de Hollywood o pretenciosos principitos europeos de tres al cuarto», como decía un observador, pero también artistas hambrientos que necesitaban comida gratis. Los almuerzos representaban todas las empresas de Warhol «entrelazadas en una tensa y vertiginosa maraña de trabajo y teatro», según Bob Colacello. Jerry Hall fue descubierto en uno de ellos, y Halston compró allí algunos *Maos*. En una de las comidas coincidieron Paloma Picasso y Georgia O'Keeffe, y en otra compartieron mesa John Lennon y Liza Minnelli. Y era esa mezcla de personas y oportunidades la que tornaba especiales los eventos. Sentado en torno a la elegante mesa *art déco* de nuestro artista, un anunciante se sentiría honrado en presencia de un prominente magnate, que podría haber acudido, como todos, para disfrutar de la presencia del gran Andy Warhol; y este, dependiendo de los asistentes, quizá habría preferido estar en otra parte. A veces no aparecía en absoluto, o solo se asomaba a última hora, y nada más que para apaciguar a Hughes. Podía esconderse durante la mayor parte de un almuerzo en su estudio de pintura y aparecer un minuto de vez en cuando solo para ver a quién había logrado atraer su fama (y sus secuaces). Algunos de los invitados cuya presencia despreciaba probablemente hubieran acudido a petición del propio Warhol, que podía tener ideas excéntricas acerca de quién podía comprar un anuncio o un retrato, o quién podía quedar bien en una portada de *Interview*.

En los primeros tiempos, el almuerzo consistía en comida saludable encargada en Brownies, cuya modestia se veía compensada por la cantidad de bebida servida para bajarla: vinos, cócteles, licores…

Hughes acabó mejorando el menú con aperitivos de salmón y caviar, al menos cuando recibían a tipos tan distinguidos como Eric de Rothschild. Hacia finales de la década, decía Colacello, «el almuerzo en la Factory era un símbolo internacional de estatus, como los relojes Rolex o el Concorde, una escala tan obligatoria en el Grand Tour de Manhattan como una noche en el Studio 54».

Como inversión, los almuerzos le merecían la pena a Warhol tanto en términos de capital real como social. Los anuncios, los retratos y los cuadros que se vendían en torno a la mesa de esa sala de juntas financiaban al personal del estudio, cada vez más numeroso; y la socialización que tenía lugar allí procuraba a esos empleados las invitaciones que les permitían continuar promocionando la marca Warhol por la ciudad. Cabría definir aquello como un círculo virtuoso, de no ser porque la mesa era oblonga y porque la mayoría de los días la virtud brillaba por su ausencia. A uno de los primeros almuerzos acudió Leni Riefenstahl, la cineasta favorita del Partido Nazi. La barra libre se convirtió en una tentación irresistible que algunos de los miembros más jóvenes del estudio no resistieron; especialmente para los asistentes artísticos de Warhol, pero también para Bob Colacello y Fred Hughes, que llegaron a ser bebedores empedernidos.

«Cuando conocí a Bob me pareció insoportable —contaba la vieja amiga de Warhol Suzie Frankfurt—. Lo único que hacía era beber vodka y meterse coca, y era realmente incivilizado».

Dormido en el Concorde.

45
1975-1977

VÍCTIMAS DE LOS RETRATOS: LA REALEZA IRANÍ E IMELDA MARCOS | EN LA CASA BLANCA CON GERALD FORD | EN GEORGIA CON JIMMY CARTER | ARTE COMERCIAL: ATLETAS, MASCOTAS, COCHES Y CASAS | VICTOR HUGO Y EL DESNUDO COMO PAISAJE | *CUADROS DE ORINA*

«Solo quería irme corriendo a casa a pintar y dejar de hacer retratos de sociedad».

Era una suerte que a Archie le encantase el caviar, ya que el perro salchicha acabó comiendo un montón. Warhol hacía lo mismo, con igual placer, cuando se lo servían de latas de más de dos kilos en la embajada iraní en Estados Unidos. Ciertos clientes de retratos eran tan importantes que no podían ser agasajados en la sala de juntas del estudio; tenías que acudir a ellos. El sah de Irán y su mujer eran esa clase de personas, cuyos retratos Warhol concibió como las obras maestras definitivas de su arte negocio, o al menos de su negocio de retratos. (Jamás existieron fronteras rígidas entre ambas categorías). En su imaginación, veía sus imágenes de la realeza persa reproduciéndose interminablemente en todos los ministerios y palacios de Justicia de Irán, así como en las embajadas y los consulados del mundo entero.

A esas personas no podías «declararte» directamente. Primero tenías que agasajarlas a través de sus cortesanos. En el caso del sah y su familia, el intermediario de Warhol en Nueva York fue el embajador de Irán ante las Naciones Unidas, el doctor Fereydoun Hoveyda, hijo de una princesa y hermano de un primer ministro, además de un serio crítico cinematográfico y escritor trilingüe. Tenía su propia corte en el edificio de piedra gris que era su residencia oficial, la cual no difería mucho de la casa de Warhol en la calle Sesenta y seis, pues se había construido el mismo año, solo que estaba majestuosamente ubicada en diagonal con el Met y sus tesoros, que siempre habían significado mucho para Warhol.

Junto con los estirados diplomáticos de rigor, un Hoveyda con pajarita morada y chaqueta de cachemira era el anfitrión de tipos del mundo de la cultura como Karl Lagerfeld, un viejo amigo de la esposa alemana del embajador, o François Truffaut, que emocionó a Warhol

una noche diciendo que sus películas habían recibido la influencia de las del artista. Este había sido invitado por primera vez a unirse a la fiesta el otoño del mismo año de sus dos mudanzas, y había llevado consigo una comitiva de once invitados entre quienes figuraban Lee Radziwill y Diana Vreeland. Otras noches, el séquito de Warhol podía incluir a Paulette Goddard o a Mick Jagger, por no mencionar a lady Anne Lambton y Catherine Guinness, esas elegantes Magdalenas Inglesas. Había claramente un intercambio equitativo de capital cultural entre Hoveyda y Warhol.

Antes de apuntar a los iraníes, durante algún tiempo Warhol había estado trabajando todos los frentes posibles para conseguir un encargo de Imelda Marcos, la cleptocrática primera dama de Filipinas. La invitó a comer y a beber, e incluso soportó una película de tres horas que cantaba sus alabanzas, pero jamás consiguió que mordiera el anzuelo. El contacto con Hoveyda hizo que los iraníes parecieran una mejor opción.

Colacello describía visitas casi mensuales al «club del caviar», como la pandilla de Warhol llamaba las recepciones de Hoveyda. Finalmente, en mayo de 1975, la misión diplomática de nuestro artista vio sus primeros signos importantes de éxito: una invitación a una cena en la Casa Blanca en honor de su majestad imperial Mohammad Reza Pahlaví, sah de Irán, y su emperatriz, Farah Diba; o, como las páginas de sociedad llamaban a la pareja, el *shahanshah aryamehr* («rey de reyes y luz de los arios») y su *shahbanu*.

Es posible que Warhol, un demócrata que había seguido el escándalo de Watergate con tanta atención como cualquiera, se sintiera un tanto extraño alojándose en el hotel Watergate y acudiendo luego a la recepción del presidente Gerald Ford, el sucesor republicano de Nixon, a quien había indultado. No le importaría ver su nombre impreso en *The Washington Post* del día siguiente como uno de los ciento veintiún invitados del presidente, junto a innumerables grandes hombres de Washington, pero también a Fred Astaire, Pearl Bailey, Merv Griffin, Bob Hope y Ann-Margret. (La actriz había sido invitada por el propio Ford, porque «al sah le gustan las chicas bonitas»). Pero ¿no le daba que pensar a Warhol el hecho de que, no tantos años después de haber sido un símbolo de la cultura artística esotérica, ahora estuviese siendo invitado a unirse a una camarilla de artistas desfasados, plenamente establecidos en la corriente dominante?

Warhol no pudo haber ignorado el hecho de que la fiesta presidencial que acababa de disfrutar estuviera precedida por manifestaciones multitudinarias en el parque del otro lado de la calle. Los estudiantes iraníes que protestaban contra la opresión del sah —el

hombre al que él estaba intentando retratar— tenían tanto miedo de las repercusiones en su país que ocultaban sus rostros detrás de máscaras.

Eso explica la reacción de Warhol unos ochos meses después, cuando Hoveyda le comunicó que la emperatriz había decidido concederle el singular honor y la oportunidad de viajar a Teherán para pintar su retrato. «Vayamos y hagámoslo inmediatamente —le habría dicho supuestamente a Colacello—, antes de que ocurra algo».

Tal vez fuese la prisa de Warhol la que lo hizo llegar a Irán, en compañía de Colacello y Hughes, y bajo los calores de un julio persa.

«Bajamos del avión de Air Iran y había una docena de colegialas cantando e inundándonos con pétalos de rosa», recordaba Colacello, y el resto de su viaje fue igualmente vip. Cuando no andaban vagando por las habitaciones climatizadas de su hotel y pidiendo caviar a veinte dólares la libra (la idea de Warhol de un turismo exitoso de verdad, según Colacello), visitaban los elegantes barrios residenciales que los amigos del régimen de Pahlaví andaban atareados llenando de ostentosas mansiones. «Aquello me recordaba a Beverly Hills —contaba Colacello—, salvo por las alfombras persas que tenían junto a sus piscinas». La visión de Warhol era más aguda y original. De camino a las citas con las élites, observaba los grafitis en árabe en las calles de Teherán y advirtió que superaban, al menos en elegancia, los que proliferaban en Nueva York, que seguían pasando desapercibidos para todos exceptuando a los estetas más avanzados. «Su caligrafía es mucho más hermosa que la nuestra —comentaba Warhol en una entrevista—. Toda la escritura es genial, incluso los signos».

Intentaron visitar los lugares de interés fuera de Teherán, pero tuvieron que renunciar a sus planes porque nuestro artista fue incapaz de soportar el brutal calor estival. En las fotos aparece entrecerrando los ojos por el brillo del sol, y vestido con una chaqueta negra, camisa y corbata, golpe de calor garantizado.

Unos días después de su llegada a Teherán, Warhol y sus «chicos» consiguieron por fin el objetivo de su viaje: hacer posar a la emperatriz ante su Big Shot. Cuando el artista regresó al hotel desde el palacio, sus elogios hacia la emperatriz y hacia la casa de esta fueron extrañamente efusivos. «Acabé por darme cuenta, mientras él elevaba el tono cada vez más, de que tenía miedo de que en su habitación del hotel hubiera micrófonos ocultos», explicó Colacello. Al fin y a la postre, Warhol había comprendido que el sah moderno, sofisticado, occidentalizado y amante de la cultura era de hecho el jefe de un corrupto Estado policial.

Incluso el embajador Hoveyda reconocía la cultura de corrupción del régimen: «El ejemplo de la familia real —escribiría más tarde— era una fuente de contaminación que infectaba todos los niveles de la

sociedad».

Parecía programado para infectar asimismo a Warhol, quien continuó cultivando su relación con la familia y los criados del sah durante otro año al menos, y logró hacer una serie de retratos de la hermana de este. Gracias a la magia de su Big Shot y de la serigrafía, nuestro artista convirtió a la feroz potentada entre bastidores, bien entrada en la mediana edad, en una inofensiva ingenua de Oriente Próximo. Cuando por fin pintó un lienzo del propio sah, a partir de una foto oficial del gobernante vistiendo el uniforme de gala con charreteras, este retrato fue aún más afable, aunque no cuesta imaginar al sah ordenando un par de ejecuciones a través de la delgada línea que forman sus labios. (Cuando llegó la hora de trabajar en el lienzo de este modelo particular, Warhol fue advertido de no hacer la «broma del lápiz de labios» que había practicado en el rostro del presidente Mao).

Aunque los retratos iraníes no fueron grandes obras de arte, como arte negocio tuvieron un éxito decente. La emperatriz pagó casi doscientos mil dólares por una docena de retratos de ella, incluidos unos pocos destinados a compañías estatales y a las embajadas de Irán en Washington y en las Naciones Unidas. Pero los retratos nunca llegaron a cumplir su supuesta misión de impresionar a otros soberanos con las destrezas de Warhol como retratista. Tras la Revolución islámica de 1979, uno de los lienzos fue rajado, otro desapareció y tres que habían permanecido sin venderse en una galería de Teherán acabaron regresando al estudio de nuestro artista, en compañía de otros cuatro que jamás habían salido de Nueva York y de ocho retratos del sah y su hermana. Los ayatolás no debieron de solicitar la entrega definitiva de estos.

Mientras tanto, la línea de productos de Warhol para los autócratas estaba causando un daño permanente a su reputación como artista. «El ángel que registra la elegancia fascista» fue apodado en un artículo en primera página en el *Village Voice*. Este llevaba por título «Beautiful Butchers: The Shah Serves Up Caviar and Torture» [«Bellos carniceros: el sah sirve caviar y tortura»] impreso encima de una gran foto de Warhol al lado de la propia emperatriz, con su retrato serigrafiado detrás de ellos. Tras pintar a su marido, el artista recibió un tartazo por parte de un activista. La triste ironía, o justicia poética, es que nunca le pagaron por sus retratos del sah y de su hermana.

«Yo desaprobaba la relación de Andy con el sah y con los Marcos, y no me gustaba Bob Colacello —decía un viejo amigo de Warhol, el crítico de arte David Bourdon—. Bob me parecía uno de los derechistas más reaccionarios y me molestaba su forma de meter a Andy en esas situaciones en las que se imponían el poder y el dinero, así que me retiré, como hicieron muchos otros».

Los retratos de Warhol podían, y todavía pueden, parecer dotados de una vena crítica cuando se contemplan como un proyecto en serie, como un inventario de mercancías humanas, solo que en esta ocasión no era sopa de tomate sino crema de langosta. Pero no resultaba fácil zafarse de los vínculos sociales forjados por los retratos entre Warhol y las turbias élites. Es probable que Goya también pareciera cómplice de los opositores republicanos de sus señores borbones; después de todo, recibió el dinero y los honores de los nobles y les brindó los retratos que deseaban. (Incluso si tal vez no deberían de haberlos deseado).

Ni siquiera un desvío hacia el territorio demócrata contribuyó a que la imagen de Warhol resistiera la mancha del sah. En agosto de 1976, en plena campaña presidencial, *The New York Times* lo había enviado a Plains, la ciudad natal de Jimmy Carter, en Georgia, a fin de hacer un retrato de este para la portada de su revista dominical. «Fuimos a la casa de los Carter y saqué unas cuantas fotos de Jimmy y Rosalynn con mi Polaroid —contó Warhol (por medio de un escritor fantasma) en su libro *Exposures*—. La casa era muy normal. Ellos eran muy normales. Nos entendimos bien. Pasé la mayor parte del día en Plains haciendo fotos de hombres vestidos de cacahuetes. Jimmy Carter me dio dos bolsas grandes de cacahuetes, que firmó. Eso hizo que mereciese la pena el viaje». En las fotos de la visita, Warhol aparece llevando una de las muchas «chaquetas de safari» que recibió de su amigo Yves Saint Laurent, que le conferían un aspecto moderno y, en Georgia, un aire de explorador recorriendo una tierra extraña.

El artista regresó a Nueva York con una imagen de portada de un Carter serio y estudioso, que contradecía la reputación de alegría de ambos hombres. Finalmente hizo imprimir la fotografía en varias ediciones costosas para recaudar ingresos para la campaña del político, aparentemente no asustado por la atención de Hacienda sobre él en teoría a raíz de su último apoyo a un candidato demócrata.

Pero a la postre, incluso si Carter parecía el antisah, al trabajar tanto para la izquierda como para la derecha, para el demócrata y el autócrata, Warhol acabó pareciendo falto de compromiso y mercenario: una cámara Big Shot y un pincel al servicio del mejor postor; un artista preocupado exclusivamente por los negocios.

El arte negocio era un concepto inteligente y osado de Warhol, y reportaba auténticos dividendos como arte conceptual. Por ello algunos de los artistas más jóvenes y duros habían estado tan ansiosos por experimentar con él unos cuantos años antes. Sin embargo, también tenía sus inconvenientes. Dado que reducía todas las obras de Warhol a su mínimo común denominador (una mercancía), sus contenidos reales (las imágenes) apenas importaban siquiera. En lo que concernía al arte negocio, un retrato de Carter era lo mismo que uno del sah. Eso era totalmente cierto en cuanto comentario sobre el

mundo artístico y sobre el mercado del arte, pero daba asimismo la impresión de que el propio Warhol no hacía distinción alguna entre los modelos de sus dos retratos y nos estaba pidiendo que ignorásemos también nosotros sus diferencias. Lo que sucede con el arte negocio, lo que hace que sea tan delicado y fascinante, es que todas las obras que reúne bajo su ala pueden existir y existen asimismo como puro y simple arte a la antigua usanza, listo para ser juzgado como tal. En las obras más comerciales de Warhol, las cualidades podían ser casi nulas. A finales de los setenta, el artista produjo infinidad de obras que eran básicamente puras mercancías. Por lo general, lo hacía alentado por marchantes y clientes que amaban el dinero tanto como él, pero que a veces entendían bastante menos de arte.

En 1977, un rico y joven financiero llamado Richard Weisman, hijo de unos importantes coleccionistas de Los Ángeles, colaboró, o se confabuló, con Fred Hughes para conseguir que Warhol produjera una serie de retratos vendibles de diez célebres atletas sosteniendo los instrumentos de sus deportes respectivos, y pagaron quince mil dólares a cada uno por sus sesiones. Chris Evert posó con su raqueta de tenis, Jack Nicklaus con un palo de golf y Mohamed Alí con los puños en alto. Eran famosos pintados por un artista famoso y exhibiendo aquello que les hacía famosos; no se trataba del más sofisticado ni sutil de los conceptos, y los cuadros resultantes eran análogamente simplones. Un detalle añadió al menos una chispa de humor al proyecto: de acuerdo con los tópicos sobre la cultura gay y los deportes, el marica de Warhol era una figura inverosímil para llevar a cabo un proyecto acerca de la destreza atlética. Debió de haber sonreído mientras trastocaba los códigos de género establecidos en Estados Unidos, ofreciendo a sus modelos masculinos, al menos, como objetos de deseo homosexual más que como iconos de hazañas varoniles. Eran su nueva cosecha de *Hombres más buscados*, vinculados a su última aventura de arte negocio. Cuando un crítico preguntó a Warhol si los *Atletas* eran básicamente un «trato de negocios», su respuesta fue «una sonrisa burlona y un sagaz parpadeo».

Esta nueva serie estuvo acompañada por otros proyectos inspirados por marchantes o clientes. Hubo una de retratos de las mascotas (y a veces peluches) de varias personas, financiada por Peter Brant y el propietario de una galería de Inglaterra llamado James Mayor, que era…, en fin, una serie de retratos de mascotas. Los cuadros del Volkswagen Escarabajo de un coleccionista eran apropiadamente automovilísticos; y los de la casa señorial de un marchante no eran mucho más que lujosos anuncios de bienes inmuebles. No es de extrañar que Warhol recibiera tantas críticas demoledoras en su última década. Había mucho de lo que quejarse, y las obras malas tornaban difícil ver el auténtico genio detrás de las mejores, tanto

tempranas como tardías.

Tal vez lo más interesante de los proyectos auspiciados por los marchantes fuese el hecho de que no siempre encontraran muchos compradores. Los intentos de Warhol de vender la totalidad de sus obras, o simplemente algunas de ellas, no fueron tan exitosos como se ha imaginado con frecuencia. Solía ganar dinero con las pinturas de prueba que hacía en cada serie, ya que los marchantes tenían que pagarlas por adelantado. Como decía Mayor: «Se trataba de venta al por mayor». Pero estas rara vez conducían a encargos. Resultaba que pocos millonarios querían en realidad un Warhol de su braco de Weimar o de su casa solariega. Como Mayor acabó descubriendo, puede que los dueños sí quieran cuadros de sus mascotas, pero sobre todo quieren pinturas malas. Warhol faltó a la toma de posesión de Jimmy Carter para ir a cazar retratos de mascotas en Kuwait —«para ganar algo de dinero», como le dijo a Mayor—, pero ni un solo jeque le presentó un halcón fotogénico.

Ni siquiera los *Atletas* encontraban compradores: «A quienes les gustaba Jack Nicklaus no les gustaba Andy Warhol», recordaba Vincent Fremont. Una marchante de Houston organizó una exposición entera con los cuadros de deportes, principalmente como un favor a Hughes y a nuestro artista, pero no logró vender ni uno solo. No obstante, como artículo de reclamo, los *Atletas* fueron efectivos: atrajeron una clientela para el retratista de Warhol, según contó la marchante.

Los retratos de personas eran la única línea de productos que merecía la pena a Warhol de manera fiable. Una pareja de Texas pagó ciento noventa mil dólares por dieciocho cuadros de ellos mismos, y no fueron los únicos en su deseo de verse representados en el (o como) arte. Pero ese éxito también convirtió los retratos en una rémora para Warhol, que los había denigrado desde el primer momento como una mera forma de recaudación de dinero para sus películas, y no llegó a encariñarse mucho más con ellos a medida que se hacían con el control de su vida. Le contó a su diario que, después de contemplar las obras emblemáticas del arte moderno en el nuevo Centro Pompidou de París, «solo quería irme corriendo a casa a pintar y dejar de hacer retratos de sociedad». Incluso en una entrevista publicada se atrevió a decir: «Yo hago sobre todo retratos, por lo que son caras de personas, en realidad no son ideas». A mediados de los setenta, podía pintar a un nuevo modelo cada dos semanas.

Y no pocos de sus clientes eran insufribles. Una rica alemana rechazó su retrato porque lo quería cubierto de purpurina y porque estaba pintado en los mismos tonos que el de algún rival. La carta a Warhol en la que le pedía que lo rehiciese incluía la útil información de que «sus colores favoritos son los rosas rojizos». Un estadounidense

se quejaba de no haber sido retratado en «más de un color primario y blanco y negro».

Cuando un amigo sugirió que Warhol debía ganarse a una pareja de millonarios que coleccionaban «toda esa basura espiritual», el artista supo que tendría que entregar retratos que satisficiesen sus gustos: negro sobre negro, sugirió, para evocar las abstracciones «espirituales» de Ad Reinhardt, o retratos en los que los rostros fueran numinosos y casi invisibles.

Durante su agasajo de la primera dama de Filipinas, Warhol habló con el amor de su vida acerca de las dificultades de ser un aspirante a retratista de la corte: «Archie, vas a conocer a la señora Marcos. ¡Oh, Archie, si hablaras, no tendríamos que hacer estas cosas!». Warhol habría preferido ser el mánager de un perro amaestrado que un artista que se pasaba la vida bailando el agua a sus clientes.

Dos siglos antes, el gran predecesor de nuestro artista Thomas Gainsborough se había descubierto atrapado en los mismos apuros como retratista: «Si las Personas y sus malditas Caras pudieran darme algún respiro —le escribió a un amigo—, yo debería aparecer pronto bajo una luz más tolerable». En lugar de «este maldito Negocio de las Caras», Gainsborough confiaba en ponerse a prueba a sí mismo, artísticamente, pintando paisajes. Esa fue también la elección de Warhol. Más o menos.

> Martes, 15 de marzo de 1977: Victor vino con un modelo desnudo. Recibo a chicos que posan desnudos para fotos con que hago los nuevos cuadros. Pero no debería llamarlos desnudos. Debería darles un nombre más artístico. Como «paisajes». Paisajes.

Tras esa primera mención en sus diarios, los desnudos de Warhol pasaron a ser «paisajes» cada vez que los mencionaba. La serie creció hasta incluir noventa y cuatro lienzos serigrafiados, más de cuarenta dibujos y dos ediciones de grabados, todos ellos basados en mil seiscientas sesenta y cuatro fotos de Polaroid y cuarenta y siete rollos de película en los que aparecen casi cincuenta modelos diferentes. Resultaba evidente que Warhol estaba más profundamente involucrado en el proyecto que en cualquiera de las empresas que había emprendido desde que recibió los disparos. Las obras acabadas resultantes mostraban con elegancia atractivos traseros masculinos, como los que podrían haberse dibujado en cualquier clase de arte tradicional, vistos desde atrás pero también presentados a cuatro patas, con los testículos colgando. A los «retratos» de la cintura hasta el muslo de mujeres desnudas, relativamente recatados, se unieron unas fotos de la entrepierna de una estrella porno cuyo pene le llegaba hasta las rodillas y otras de un hombre con el miembro erecto. Un

puñado de lienzos enfocaban de cerca un ano y un pene a punto de encontrarse.

Para más detalles sobre la ejecución de estas obras, cabe remitirse a la entrada en el volumen 5(b) del catálogo completo de los cuadros de Warhol, una empresa eminentemente erudita: «Los juegos eróticos preliminares y los actos sexuales, incluidos la masturbación, la felación y el coito anal, formaban parte de muchas de las sesiones». Podemos creer a tan autorizada fuente cuando dice que, durante más de un año, los espacios traseros del estudio de Warhol se convirtieron en un lugar en el que la etiqueta normal de la oficina se dejó muy atrás. Al menos durante algún tiempo, la sala de pintura posterior fue zona vedada para su ayudante adolescente. Las «visitas al estudio» para los clientes habituales de los retratos de Warhol no incluían la visión de sus últimos esfuerzos creativos.

«Siempre había un buen número de retratos pendientes —recordaba el asistente de Warhol Ronnie Cutrone—. Aquello era trabajo. Pero luego había otras veces en las que Andy decía: "Está bien, ¿qué vamos a hacer ahora por el arte?"». En cierta ocasión, nuestro artista se quejaba de la opresiva docilidad del «trabajo» en sus retratos pagados: «Las personas siempre quieren parecerse más a sí mismas, y cosas por el estilo, [en lugar de] conseguir algo más imaginativo». Y luego hablaba de la pintura «más imaginativa» que podría hacer si trabajase solo para él, sin ningún cliente implicado. Cuando hallaba la ocasión para ello, el resultado era tan transgresor como fuera capaz. En los años cincuenta, la huida de Warhol de sus labores comerciales casi siempre le había conducido al cultivo de un arte plástico con un trasfondo homosexual. A la altura de los setenta, ese mismo impulso creativo le condujo a aguas bravas.

Su guía hacia ese nuevo territorio fue el «Victor» mencionado en el diario de Warhol: Victor Hugo Rojas, conocido simplemente como Victor Hugo, un antiguo amante de Halston que continuaba viviendo y trabajando con el diseñador. Era el hombre descontrolado en la obsesión de Halston por el control. Aunque había entrado en su vida como un musculoso botones, de oscura belleza y un clásico bigote de estrella porno, tenía ambiciones artísticas y no tardó mucho en hacerse con el control de los escaparates de la boutique de Halston. En un brillante acto transgresor, cogía los maniquíes vestidos con la ropa moderna y elegante de la tienda y los ubicaba en actitudes sexis e inquietantes. Convirtió uno de ellos en una Patty Hearst armada y otros en embarazadas con los recatados vestidos de Halston. Warhol sentía una especial debilidad por un escaparate de Acción de Gracias en el que Hugo había incluido huesos de pavo auténticos. Y contaba una historia acerca de una cena de Halston en la que Hugo cubrió las patas de unos pollos vivos con pintura roja y luego los soltó para

«firmar» los suelos, las escaleras y las paredes de una casa de campo prestada.

Tal como Warhol lo expresaba e interpretaba, Hugo estaba «siempre haciendo arte por todas partes». En una ocasión, consistió en pintar encima de un retrato que le había hecho Warhol, en un gesto que Hugo justificaba como una versión de la famosa borradura por parte de Robert Rauschenberg de un dibujo de De Kooning. Más tarde, rajó el retrato y lo atravesó con un consolador y con su puño. Ese era el hombre a quien Warhol describiera una vez como «el artista más grande del mundo» y a quien había acudido en busca de ayuda en su intento de radicalizar su aletargada carrera como retratista. Le encargó a Hugo que buscase los modelos para sus «paisajes» corporales y luego se uniese a ellos delante de la Big Shot.

La misión de reclutamiento «requería realmente a un tipo que supiera moverse por los baños —decía Ronnie Cutrone, que había colaborado en el proyecto de los paisajes de Warhol—. A Victor Hugo eso se le daba bien de veras. En aquellos tiempos solía reclutar a personas en los baños. Yo estaba presente en todas las sesiones fotográficas, pero no el reclutamiento. La coreografía consistía básicamente en desnudarse y ponerse cómodo. Andy era un *voyeur* muy tímido y recatado. Decía cosas como: "¡Oh, oh, oh, eso es genial! Oh, ¿a ver qué puede hacer? ¡Oh, qué grande! Chaval, me pregunto cómo sería si la metieras ahí"… Y había tíos haciendo mamadas y follando, mientras Andy les fotografiaba. Más tarde bautizaron eufemísticamente la serie como los *Torsos*». Un amigo de Hugo recordaba que este iba de discoteca hasta las cuatro de la madrugada y luego se dirigía al estudio de Warhol para una sesión fotográfica.

Nuestro artista hacía fotos de hombres que participaban en toda suerte de actos sexuales, pero cuando llegaba la hora de convertirlas en cuadros, solo se serigrafiaban unas cuantas de las imágenes más anodinas. Las tres mujeres pudorosamente desnudas a las que Warhol fotografió llegaron a plasmarse en sus creaciones «artísticas», frente a la cuarentena de hombres desnudos que no lo lograron, a pesar de (o debido a) sus acrobacias ante la cámara.

«Había ocasiones en las que, incluso en mi opinión, las cosas se desmadraban un poco —decía Cutrone, un hombre básicamente heterosexual cuyos gustos en cuestión de sexo cubrían un amplio espectro—. A veces llegaban a interferir en el trabajo de la oficina y en otras pinturas. En rara ocasión me molestaba aquello, pero algunas veces pensaba: "¡Oh, Dios mío, tenemos otra de esas sesiones, vamos allá!". Estábamos en medio de un proyecto, él me encargaba cinco cosas y entonces teníamos que "recibir" a esos tíos». Warhol no cesaba de insistir en que las fotos eran trabajo, no un juego, y menos aún sexo. Pero también le comentó una vez a un empleado: «Si estás

trabajando, si no te gusta, si no te diviertes…, entonces no merece la pena hacerlo».

Durante algún tiempo, el «trabajo» de Warhol con sus *Torsos* se llevaba a cabo a solo a una puerta cerrada de distancia de los jóvenes que intentaban mantener en funcionamiento el estudio y la revista *Interview*. Cutrone recordaba cómo a la aristocrática Brigid Berlin le ofendían especialmente las travesuras del cuarto de atrás, y en un momento dado de junio, Fred Hughes trazó finalmente los límites. «No más obscenidades aquí, Victor», dijo, insistiendo en que todas las travesuras se trasladasen al loft del artista, solo una manzana más arriba en la Quinta Avenida. Una vez allí, el sexo devino más caliente y salvaje todavía, tal como atestiguan las fotos de pornografía dura de Warhol, que incluían muñecas atadas con cinta adhesiva y toda clase de penetraciones. «Andy se hacía pajas en el baño entre unas fotos y otras», aseguraría más tarde Hugo. Una sola de aquellas fotografías del loft se serigrafió sobre lienzo, y esta y otras cinco llegaron a editarse como grabados que hoy conocemos con el título *Sex Parts* y (más descriptivamente) *Fellatio*.

Victor Hugo afirmaba que Warhol nunca tocaba en realidad a sus «modelos», pero este enfoque no intervencionista no significa que debamos concebir cualquiera de esas obras como los «paisajes» abstractos o los «torsos» estetizados que sus aceptables títulos públicos pretendían sugerir. Kenneth Clark había establecido la célebre distinción entre el cuerpo «desnudo» visto en el arte y aquel que todos vemos en el espejo, pero Warhol prefería una tercera categoría: el cuerpo «sugerente» visto en el porno o en los baños donde pasaban el tiempo los tipos como Hugo. «Las películas deberían provocarnos, deberían hacer que nos excitásemos con las personas, deberían ser lascivas», había dicho nuestro artista a comienzos de la década, cuando andaba atareado negando que su *Fuck* fuese porno. Siete años después, con los *Torsos* y *Sex Parts*, estaba demostrando que creía de veras en el poder de la lascivia.

Warhol no llegó a exponer ni a vender ninguno de los grabados ni de los cuadros de *Sex Parts*, y Ronnie Cutrone decía que se trataba de un proyecto «personal» de su jefe: «Era algo que Andy necesitaba hacer […]. Creo que *Sex Parts* era un anuncio o una afirmación final de su homosexualidad».

En julio de 1977, justo cuando recibía a los «modelos» de Victor Hugo, Warhol le contó a su diario que había estado de *cruising* en el Greenwich Village con él. (La idea era que, cuando los jóvenes se acercasen a hablar con el famoso artista, Hugo se lanzaría). Warhol quedó impresionado por el gran número de homosexuales que había por la calle —«todos aquellos que no podían permitirse Fire Island»—, y se compró lo que llamaba una «camiseta de mariquitas», cuya

decoración era «simplemente una lista de nombres de personas gais como Thoreau, Alejandro Magno, Halston y yo». La idea misma de que pudiera existir semejante camiseta y de que uno de sus héroes vivos pudiese comprarla y llevarla, en público, prepara el terreno para las travesuras de Warhol y Hugo con los *Torsos* y las *Sex Parts*. Warhol había jugado con los dibujos homosexuales en los años cincuenta y se había acercado al porno gay en algunas de sus primeras películas, pero el público de esas obras seguía encerrado en el armario y las películas más explícitas pretendían mantenerse en el *underground*. Ahora que Warhol era una figura prominente por todos conocida —digna de ser nombrada en una camiseta—, daba la impresión de que su nueva pornografía pretendía poner a prueba los límites de la clase de arte que podía atreverse a introducir en el mundo.

En la persona del fotógrafo Robert Mapplethorpe, Warhol tenía un referente con quien equipararse. Unas semanas antes de la primera entrada de su diario sobre sus nuevos «paisajes», Mapplethorpe había inaugurado una exposición de su obra erótica homosexual, en una de las nuevas galerías dirigidas por artistas que gozaba de una excelente reputación a la sazón.

No es de extrañar que, habiéndose atrevido a hacer obras de alcoba, Warhol situase otras en el retrete. Con un suministro de penes disponibles como «partes sexuales», pudo habérsele antojado natural dejarlos hacer la otra cosa que se les da bien. Los *Cuadros de orina* nacieron aquel verano de 1977 y se conservan hoy en día como un conjunto de pálidos lienzos con reveladoras salpicaduras marrones aquí y allá. Brigid Berlin decía que su inicio se remonta al momento en que uno de sus carlinos (siempre tuvo dos como mascotas) orinó sobre un lienzo que Warhol tenía que pintar, pero, en lugar de ponerse furioso, este se confesó encantado con el resultado y se propuso hacer más del mismo estilo, sin ayuda canina.

«Recuerdo el olor de la orina una cálida tarde de verano en el cuarto trasero del estudio de Andy en el número 860 de Broadway —contaba Vincent Fremont—. Durante la creación de aquellas pinturas, las puertas se mantenían cerradas y no se permitía la entrada de nadie sin ser invitado». No es que hubiese cola para entrar en ese particular acto de creación.

Ronnie Cutrone recordaba el proceso implicado, al menos en las primeras *Piss Paintings*: «Colocábamos un lienzo gigantesco contra la pared en el cuarto trasero, y los chicos entraban con sus botas militares. Por aquel entonces, los gais se habían vuelto machos de repente. Llevaban camisas de franela, pelo corto y botas militares […]. Hacían sus pinturas con marcas de botas y manchas de orina».

Describía la fabricación de las obras como una especie de *performance*: una pieza radical imaginada por alguien que contempla los cuadros acabados y sabe cómo fueron creados.

Con aquellas peculiares pinturas, Warhol había descubierto algo que los artistas habían estado buscando desde sus años universitarios: una senda intermedia entre la gran tradición figurativa de antaño, con sus evocaciones del cuerpo humano, y las tradiciones vanguardistas de la abstracción e incluso del dadaísmo. No se podían negar los cuerpos que los *Cuadros de orina* evocaban con tanta claridad (y, durante algún tiempo, también olfativamente). Pero esos lienzos eran asimismo, y a todas luces, parte de la tradición abstracta. Hablando con Colacello, Warhol sacó a colación a Jackson Pollock como referencia y como blanco de sus nuevas pinturas. (Un par de años antes, había planeado hacer una película biográfica sobre el pintor). Dichos *Cuadros de orina* apuntaban a las grandes reivindicaciones espirituales del goteo del expresionismo abstracto; evocaban asimismo el gesto varonil del propio Pollock, quien en cierta ocasión meó en la chimenea de un cliente que le fastidiaba. La broma sobre el expresionismo abstracto en las obras de orina de Warhol, así como el mensaje antiarte más general que transmitía, las situaba bajo el paraguas dadaísta, lo cual se confirmaba mediante su evidente guiño al urinario de Marcel Duchamp. (Tan solo unos años antes, Warhol había adquirido una de las versiones que el autor había hecho de esa pieza). Señalaban asimismo a la infame *Mierda de artista*, de Piero Manzoni, de 1961, que enlataba excrementos del artista.

Tal vez lo más importante fuese el hecho de que los *Cuadros de orina* permitieran a Warhol obrar el primer cambio de estilo en toda regla en sus pinturas desde sus más tempranas serigrafías de fotos. Desde el comienzo mismo de su carrera pop, se había quejado de que el mundo del arte obligaba a los pintores a repetirse *ad nauseam*, y durante más de una década él mismo había sufrido ese destino. Los *Cuadros de orina* le permitían al fin escapar de él. Y se las tomó en serio. Un ayudante llamado Walter Steding recordaba que había hecho un zurullo de perro de gomaespuma y lo había pegado a uno de los cuadros: «Ronnie [Cutrone] dijo: “Andy, deberías ver lo que ha hecho Walter con tu pintura, es fabuloso”. Y Andy explotó».

Cuando Colacello le contó a Warhol que su vieja amiga Diana Vreeland pensaba que el arte del estudio había perdido su relevancia, la respuesta de nuestro artista fue: «¿Le has hablado de los *Cuadros de orina*?». Pero cabe preguntarse a cuáles se refería: a los que había empezado a hacer en 1977 o a aquellos casi idénticos que había realizado en torno a 1960, justo antes de sus inicios en el pop, y de los que había estado hablando recientemente con un crítico. Aquellos primeros *Cuadros de orina* se le habían antojado deficientes, pero

tampoco habían mejorado casi dos décadas más tarde. Eran una pulla sutil y una estrategia conceptual, pero carecían del impacto visual, incluso del esplendor, que hacía tan buenas y complejas las mejores obras de Warhol. En términos visuales, era simplemente un montón de marcas marrones poco atractivas.

Una serie de pinturas eyaculatorias de «corridas» no fueron una idea más afortunada, ni siquiera mucho más novedosa o diferente. Warhol ya había sugerido el concepto en el otoño de 1971, dejándolo caer en una conversación telefónica con David Bourdon: «Tengo que hacer mi libro de corridas […]. Voy a vender mis corridas, hacer un libro con ellas, inseminación artificial, veinticinco hijos… ¿no es una buena idea?». Aquel verano de 1977, Warhol y Victor Hugo intentaron eyacular en lienzos estirados, logrando un efecto menos impresionante aún que cuando orinaban en ellos.

En lugar de abandonar la idea del arte de los fluidos corporales, como hiciera por vez primera a principios de los sesenta, nuestro artista planteó una solución para que esta pareciese tan emocionante como sonaba. Nadie sabe cómo, pero Warhol sabía que, orinando encima de pintura recién mezclada a partir de polvo de cobre, se generaba una serie de manchas oxidadas en todas las tonalidades de verde, que destacaba contra un fondo de rosas metalizados y dorados. (Véase el encarte en color). Una vez descubierto aquello, sus nuevas *Oxidaciones*, como se dieron en llamar, poseían todo el brío conceptual y corporal de las simples obras de orina sobre lienzo, al tiempo que funcionaban como abstracciones bastante decentes, a la manera de estrellas artísticas mediocres pero muy pregonadas como Jules Olitski (las *Oxidaciones* guardan asimismo cierta semejanza con el papel marmoleado que el propio Warhol había utilizado en sus primeras abstracciones, expuestas en la galería Loft en 1954: aquellas pinturas también habían implicado fluidos aplicados sobre una superficie, así como la interacción entre dos sustancias diferentes).

Warhol empezó a tomarse cada vez más en serio la ejecución de sus *Oxidaciones*, a fin de controlar plenamente su aspecto final. Se deshizo de casi todos los meadores aleatorios con botas militares, al igual que las ocasionales mujeres (incluida la esposa de Cutrone) a las que llevaron para probar suerte: «Llevé una chica, que se puso en cuclillas y formó un charco. Y Andy dijo: "¡Oh, no hay pincelada!". De los errores se aprende». Aunque unos cuantos íntimos continuaron dejando un rastro ocasional en el proyecto, Warhol y Cutrone no tardaron en convertirse en los meadores principales, turnándose para beber cafés y luego dirigirse al estudio trasero para probar suerte en los lienzos cubiertos de cobre.

Ninguno de los dos hombres podía limitarse a esperar a sentir ganas de manera espontánea, puesto que la pintura de cobre tenía que estar

húmeda todavía para que la orina penetrase y la oxidase apropiadamente; los lienzos que parecen casuales y «naturales» se crearon en realidad con tanto esmero y trabajo duro como cualquier Pollock. (Cutrone decía que tanto él como su jefe eran demasiado «tímidos a la hora de orinar» para efectuar esa labor estética vital mientras eran observados). Warhol tenía incluso la idea de que podía lograr efectos más intensos si Cutrone y él ingerían una dosis de vitamina B antes de una sesión de «pintura», pero eso parecía una mera ilusión.

«Las *Oxidaciones* tenían su técnica —insistiría unos años después de su ejecución—. Si le pedía a alguien que hiciera un cuadro para la serie, lo hacía sin pensar y resultaba una chapuza. Así pues, lo hacía yo mismo». En las *Oxidaciones* más grandes, algunas de las manchas de verde más delicadas y controladas se realizaban probablemente salpicando orina a partir de botellas o vasos. «Creo que ahora puedo intentar dar "pinceladas" de orina en los *Cuadros de orina*», decía Warhol en una entrada de su diario, pero al día siguiente admitía que aquello no había funcionado del todo. Incluso una vez pintados los cuadros, se esmeraba en trazar un diagrama de cómo quería que se agrupasen algunos de ellos al colgarlos, como si su estética sufriese en otras disposiciones.

Aunque Warhol continuaba percibiendo un estipendio de Leo Castelli (por más que solo fuesen tres mil miserables dólares al mes), no hay signos de que el marchante tuviera el más mínimo interés en exponer esos nuevos proyectos «personales». Pero no porque el artista prefiriese mantenerlos en privado. Estaba encantado de haber colocado sus *Torsos* y sus *Oxidaciones* a un marchante de Los Ángeles llamado Doug Chrismas, que era conocido por exhibir el arte conceptual y la abstracción más avanzados de la Costa Oeste. Este llevó de gira los cuarenta y nueve *Torsos* que recibió de Warhol por espacios de Venecia, Los Ángeles y Vancouver, así como a una feria de arte en París. «La muestra parecía buena: pollas, coños y ojos del culo», fue el comentario de nuestro artista en una entrada de diario sobre la exposición de Los Ángeles. Una agradable y extensa reseña fue positiva, pero el crítico hizo piruetas para que la exhibición de los *Torsos* no resultase inapropiada, describiéndolos en términos básicamente abstractos: «A través de la manipulación del color y la textura de la pintura emerge una energía visual lo bastante potente como para imitar los ritmos del orgasmo». Bueno, seguro que sí, pero los penes gigantes y los anos mostrados también conducían ahí de algún modo. A pesar de otra reseña que, de manera asombrosa, declaraba la «naturaleza [inconfundiblemente] asexual» de los *Torsos*, Warhol sabía muy bien que eran esas «pollas, coños y ojos del culo» los que tornaban realmente importantes las pinturas. Aunque tampoco

le hacían ningún favor en cuanto a las ventas. Pese a mostrar los *Torsos* en cuatro ciudades, Chrismas solo logró vender más o menos la mitad de los cuadros que había recibido a crédito de Warhol.

Al marchante le fue aún peor en las ventas de las *Oxidaciones*, que solo expuso en otra feria de arte en París, donde no causaron gran impacto. Bien es cierto que consiguieron una crítica, de cinco líneas tan solo, que las elogiaba como abstracciones, comparando su «amarga belleza y su perfecta mordacidad» con los «desmañados e innecesariamente provocativos» *Torsos*. (Nadie parece haber explicado cómo las *Oxidaciones* habían llegado a ser «amargas»). Resulta notable el hecho de que ambas series pasaran tan desapercibidas que Warhol quedó excluido por completo de «Extended Sensibilities: Homosexual Presence in Contemporary Art», una de las primeras exposiciones de obras explícitamente homosexuales de todos los tiempos, organizada en 1982 en el Nuevo Museo de Nueva York.

Ese mismo año, tres *Oxidaciones* de tamaño mural cosecharon un gran éxito no comercial para Warhol cuando fueron incluidas en la gran exposición «Documenta» de Alemania. Nuestro artista difícilmente habría podido aspirar a mayor honor. Benjamin Buchloh, el más serio de los pensadores serios en Europa acerca del arte, recordaba cómo la contemplación de las *Oxidaciones* en «documenta» le brindó «una de las experiencias insólitas y cada vez más imposibles de encontrar que uno busca en las exposiciones: quedar completamente anonadado por una obra desconocida de un artista desconocido». Buchloh no descubrió que las pinturas eran de Warhol hasta que encontró su placa. Su creador se habría sentido radiante, pues jamás pudo soportar a los artistas que repetían una y otra vez unas cuantas técnicas reconocibles; al menos en este caso, él había demostrado no haberlo hecho.

«Lo que exudaban las pinturas —dijo Buchloh, empleando un verbo bastante apropiado— era una inolvidable sensación de corrección, que transmitían mediante una radicalidad tan precaria como correcta, en el sentido de ofrecer uno de los últimos episodios, si no el último, de un acto pictórico creíble y necesario como el que más».

En la sala de juntas de Broadway; solo, por una vez.

46
1977–1980

STUDIO 54 | *SOMBRAS* | RETRATOS EN EL WHITNEY | *BAD*, LA ÚLTIMA PELÍCULA | JED JOHNSON SE MARCHA

«Cuando Jed salía tarde, Andy volvía a casa temprano, y cuando Jed volvía a casa temprano, Andy salía tarde».

Justo al norte de Times Square, en la calle Cincuenta y cuatro, un centenar de limusinas habían convertido la Octava Avenida en un aparcamiento, al esperar a que bajasen sus ocupantes delante de un pequeño teatro de ópera de los años veinte. Allí, un millar de personas esperaban para unirse a otras que las cuadruplicaban en número y que ya habían sido admitidas en el interior de la nueva discoteca. Warren Beatty y Frank Sinatra figuraban entre los ocupantes de las limusinas que desistieron y se fueron a casa.

«En el gentío, algunos llevaban trajes de payaso —escribía una reportera de Washington, poniendo a los zopencos de su ciudad natal al corriente de la inauguración más publicitada de un club nocturno neoyorquino—. Otros añadían un toque putesco de oro o plata, y no faltaban aquellos en quienes se mezclaba la nostalgia de los trajes de negocios de tres piezas con la extrema elegancia de la bohemia francesa y el estilo superinformal de las discotecas *underground*». En la pista de baile había una multitud de hombres bailando con hombres y de mujeres con mujeres e incluso, por asombroso que parezca, la ocasional pareja formada por un hombre y una mujer. En la decoración se habían gastado medio millón de dólares (medio millón de dólares de 1977). Se había invertido en una plataforma de iluminación digna de un concierto de rock en un estadio, en un telón de fondo para la pista de baile que evocaba un volcán y en extraños objetos de atrezo que colgaban desde lo alto, incluido el hombre en la luna esnifando cocaína de una enorme cuchara. Un publicista del mundo discotequero explicaba cómo podía recuperarse todo ese dinero:

> Muchos proletarios (peluqueros, empleados de las tiendas, incluso profesionales de bajo nivel) gastan la mayor parte de su dinero en ponerse elegantes para ir a bailar y ser vistos. Las personas que vienen aquí pueden representar sus fantasías

con otros observando con prismáticos desde un palco. ¿Cómo puedes resistirte? Por una noche puedes sentirte protagonista, y eso es lo más importante en realidad.

El 26 de abril de 1977, la noche de la inauguración del Studio 54, escaseaba el proletariado. Estaba presente Cher, según esa testigo de Washington D.C., al igual que Tennessee Williams y Margaux Hemingway. Tampoco faltaron lady Maria St. Just, el príncipe Marino Torlonia y Borbón («el nieto de la reina Victoria Eugenia de Battenberg») y la leyenda de la moda estadounidense Charles James. Una persona que por algún motivo no fue digna de mención, el (ex) artista pop Andy Warhol, debió de haber estado allí, incluso si en la lista de invitados de esa noche figura anotado a lápiz como una incorporación tardía, después de otros cientos de nombres debidamente mecanografiados. Estuvo sin duda allí noche tras noche, semana tras semana, mes tras mes, durante los dos años que duró el famoso ambiente del club.

«Combinando el teatro, la discoteca, el café, el club nocturno y todos los demás entretenimientos conocidos (y algunos desconocidos) para el hombre del siglo XX —decía la nota de prensa de la noche de la inauguración—, Studio 54 y los tres jóvenes con visión de futuro que lo concibieron —léase Stephen Rubell, Ian Schrager y Jack Duschey— esperan traer algo de la buena vida al centro de la ciudad». Triunfaron rotundamente. Rubell y Schrager, dos treintañeros de clase trabajadora de Brooklyn, habían descubierto la nueva locura desatada en las discotecas gais de Nueva York y decidieron transferirla a un lugar con atractivo para todo tipo de individuos, homosexuales y heterosexuales, blancos y negros, (muy) ricos y pobres por el momento. Una vez que estuvo claro que siempre habría más gente de la que jamás podría entrar, Steve Rubell se plantaba en la puerta todas las noches para «comisionar» el público perfecto del Studio 54. «Es como mezclar una ensalada o seleccionar el reparto de una obra teatral —dijo en cierta ocasión Bob Colacello—. Si se vuelve demasiado heterosexual, no hay suficiente energía en la sala. Si llega a ser demasiado gay, entonces no hay glamur. Queremos que sea bisexual. Muy muy muy bisexual».

Tenías más probabilidades de entrar si eras rico, pero no había garantías. «Los tipos ricos con mujeres cubiertas de diamantes no añadían nada a la fiesta», decía Schrager. Pero el lugar siempre daba la bienvenida a los tipos ricos y a las chicas, con o sin diamantes, que fuesen también famosos, o a cualquier otro que lo fuese. «Diana Vreeland, Doris Duke y el alcalde Abe Beame también aparecían por allí —decía Colacello—. El general israelí Moshé Dayán fue visto tratando de ligar con la explosiva italiana Gina Lollobrigida. Mick Jagger bailaba con Mijaíl Barýshnikov y Rudolf Nuréyev con

Rollerena, la *drag queen* que patinaba sobre ruedas». Esa lista pone de manifiesto que, pese a su discurso sobre la «democracia de la pista de baile», los fundadores de Studio 54 apostaban más por las celebridades que por los prodigios discotequeros desconocidos. Los bailarines avezados eran cebos para los nombres famosos, que eran cebos para la cobertura mediática y las multitudes de bebedores que esta atraía. Andy Warhol, famosamente famoso por ser famoso, encajaba a la perfección en esa ecuación y podía contarse con él para que le acompañasen otros nombres llamativos como Liza Minnelli, Bianca Jagger o Margaret Trudeau. (Lo curioso es que ya conocía aquel edificio: fue allí donde había ido a ver grabar el álbum del plátano a la Velvet Underground).

Warhol tenía un auténtico estatus vip, que le permitía entrar por la puerta trasera cuando se agolpaba demasiada gente delante y bajar a los almacenes del sótano. Era ahí donde los invitados especiales podían hacer sus cosas especiales: consumir coca y metacualona, por supuesto, o practicar sexo en los «asquerosos» colchones esparcidos por los suelos, pero también conversar, con el ruido sordo de la música y el baile que llegaba desde arriba.

En la primera planta, las luces parpadeantes y los altavoces atronadores alentaban un ánimo frenético, garantizado por las drogas, que eran omnipresentes: los *poppers* de nitrito de amilo avivaban el sexo y la cocaína, el baile. «No buscábamos la autodestrucción; solo queríamos aguantar más tiempo despiertos —recordaba Colacello—. La heroína estaba prohibida y el ministro de Sanidad de Jimmy Carter había clasificado oportunamente la cocaína como no adictiva».

Warhol escribió en su diario que, cuando Colacello vio a Bianca Jagger consumir *poppers* una noche, le dijo a Diana Vreeland: «La verdad es que cada día esto se parece más a la Roma pagana», y ella respondió: «Eso espero, ¿acaso no es eso lo que estamos buscando?».

Otra entrada del diario de Warhol reza: «Bob dice que me vio ponerme un poco de coca en las encías cuando estábamos en la habitación de Mick, pero la verdad es que no lo hice. Quiero decir que mi dedo estaba en mi boca, pero, uh… vale, no me marché de allí hasta las cuatro de la madrugada». Colacello insiste en que la coca se consumió y en que Warhol le pidió entonces que comprara una segunda raya. Nuestro artista también consumía de vez en cuando metacualona y podía incluso llegar a estar «pedo» con ella. Pero su droga predilecta era el alcohol, una vez más consumido en cantidades prodigiosas, como lo había sido en los años cincuenta. Warhol se describió a sí mismo en cierta ocasión como un «bebedor de dormitorio» y, tras confesar a un joven amigo que tenía un problema con la bebida, le preguntó si le acompañaría a Alcohólicos Anónimos.

Warhol adoraba la atención y la cobertura que le granjeaba Studio

54, con el aliciente adicional de que el resto de invitados podían convertirse en clientes de retratos. Declaró que una visita al local había sido «una buena noche de trabajo» porque una avejentada heredera del aluminio le había dicho que su cara «estaría bien» la semana siguiente para una sesión de fotos.

«Andy provenía de la ética laboral estadounidense —decía Ronnie Cutrone—. Ni siquiera era divertido salir con él, porque todo era trabajo siempre». Esa misma ética estaba presente por doquier en el club, según otro warholiano: «Habitualmente, los mayores miraban a los jóvenes con la esperanza de echar un polvo, o bien los más jóvenes buscaban avanzar en su carrera con los mayores, y confiaban en no tener que echar un polvo. Todos explotaban a todos».

Pero, al menos para Warhol, Studio 54 no poseía tan solo un atractivo instrumental. Él gustaba genuinamente de estar allí.

No bailaba mucho, aunque Bianca Jagger consiguió sacarlo a la pista para ofrecer a sus aburridos *paparazzi* una nueva clase de fotos. Y el chismorreo de nuestro artista se habría visto limitado sobre todo por el estruendo de la música. Pero había muchísimo que ver y que fotografiar. En el fragor del club, la nueva y diminuta cámara Minox de Warhol asumía el control allí donde su Sony no podía grabar.

Cualquier cosa podía ocurrir y ocurría en los baños mixtos, por ejemplo, y a las tantas de la madrugada los palcos de la antigua ópera veían frenéticos apareamientos. Warhol nunca llegó a caer tan bajo, pero ciertamente disfrutaba el desfile: los camareros y sus ayudantes del club eran unos jovencitos guapísimos, vestidos con pantalones cortos de deporte y camisetas; la cuerda de terciopelo de la calle siempre se abría para bellezas similares. Las más notables de ellas eran Robert y Richard Dupont, unos gemelos de diecisiete años que entraron en la órbita de Warhol justamente cuando abrió Studio 54. Llegaron como los hermanos Lasko, del Connecticut rural, pero se convirtieron en «los Dupont» bajo el embrujo de Nueva York. La relación de nuestro artista con esos jóvenes era compleja.

En 1987, Richard Dupont contaba que Warhol había sido su «profesor Higgins», pero en 1979 había escrito al artista diciendo: «Yo te amaba y te quería». Decía que le masturbaba —«Creo que yo le gustaba de veras»— o le pedía que se masturbase delante de otros. Ambos hermanos han declarado en público que Warhol estuvo implicado en un intento de filmarlos desnudos sin su consentimiento plenamente informado, quizá mientras estaban drogados. Por lo demás, no han expresado sino cariño por él hasta hoy. Robert Dupont recuerda que el artista era tan paternal que lo llamaban «papi» —«a él le gustaba»— y que él daba a los hermanos cincuenta o cien dólares si andaban mal de dinero después de una noche en el club.

A veces eso podía suceder cerca del amanecer, con Studio 54 como

último destino para Warhol tras una larga noche en otras fiestas. O bien el artista y sus amigos podían marcharse del club temprano, a las dos o las tres de la mañana, para continuar su ruta de la decadencia.

Una noche, una visita a Studio 54 fue seguida por otra a un club de bailes eróticos, cuyas mujeres estaban en una especie de mesa de ruleta, según Warhol, mostrando sus partes a los ojos de los hombres que las rodeaban. «Una de las prostitutas me miró y exclamó: "¡Oh, Dios mío, oh, Dios mío!". Entonces vinieron las chicas y una preguntó: "¿Me invitas a una copa?". La invité, sin saber aún que cada copa costaba ocho dólares y medio. Luego llegaron más chicas y me hicieron sentir realmente bien, como si fuese heterosexual […]. Me quedé sin dinero. Después nos marchamos y entramos a ver una película porno gay en la puerta de al lado. Catherine quería verla y era una peli sobre el *glory hole*, demasiado peculiar, y solo nos quedamos diez minutos».

En cierta ocasión, Warhol le recitó a Pat Hackett la lista de eventos de una tarde y noche:

17.30 Roberta di Camerino en «21»
18.00 Barneys para Giorgio Armani
18.30 MoMA para el aniversario de Rolling Stone
19.00 Cócteles en casa de Cynthia Phipps
20.45 Cena en La Petite Ferme
22.30 Fiesta de Joe Eula
23.00 En casa de Halston
00.00 Studio 54 para fiesta a favor de los animales
1.00 Flamingo para un concurso de tetas que Victor ha organizado para mí

En sus tres décadas previas en Nueva York, Warhol nunca había sido de los que se quedaban en casa. Pero Studio 54 marcó el comienzo del nuevo nivel de actividad social que dominó sus diez últimos años de vida como jamás habían hecho sus farras anteriores. No era muy probable que Warhol volviese a ser la verdadera fuerza cultural que había sido como artista pop en 1965, y debía de ser consciente de ello. Pero Studio 54 le brindó la oportunidad de ser una celebridad realmente popular, de la clase que él mismo había documentado en sus cuadros de Marilyn y de Liz Taylor. Una noche de comienzos de los ochenta, en la fiesta de cumpleaños de Larry Rivers celebrada en un restaurante del Upper East Side, un joven espectador fue testigo de la toma de posesión, plena a la par que irónica, de su estatus de celebridad: «Se produjo una pequeña conmoción; recuerdo que se desenrolló una alfombra roja y sonó una fanfarria de tres o cuatro trompetistas, y entonces hizo su entrada Andy Warhol».

La nueva comodidad que sentía Warhol en la escena pública fue presenciada por Daniela Morera, quien visitaba con frecuencia Nueva York desde Italia, donde ostentaba el ampuloso título de corresponsal

en Milán o incluso de editora europea de *Interview* desde 1973:

> Andy había cambiado. Ya no tenía miedo. Comenzó a hablar con gente diferente y empezamos a salir todas las noches a Studio 54 y demás. He de decir que, durante los últimos días del local, veía a Andy hablando con chicos jóvenes y tocándolos, incluso besándolos a placer. Desde Max's Kansas City hasta aquellos tiempos, la evolución había sido total. Un completo cambio de personalidad. En Studio 54 se comportaba como todo el mundo, mientras que antes, en Max's Kansas City, actuaba como nadie más. ¡Me quedé absolutamente perpleja cuando le vi metiendo la lengua en la boca de un joven muchacho en Studio 54!

«Alguien me preguntó si yo pensaba que eran arte, y respondí que no. Verás, la fiesta de inauguración tenía discoteca —decía Warhol—. Supongo que eso las convierte en decoración de discoteca». En los años sesenta, nuestro artista había ocultado su seriedad y su ambición detrás de su identidad como el distante rey zombi del *underground*; a inicios de 1979, se estaba refugiando detrás de su personaje más reciente: la aturdida reina de la noche de las discotecas. ¿Podemos culparlo? ¿Cómo se supone que ha de responder un artista a un idiota grosero que le pregunta si sus últimas obras son dignas de llamarse arte? Una posibilidad es la respuesta de Pollock del puñetazo en la cara; y otra, más elegante e irónica, la asimilación del desprecio por parte de Warhol. De hecho, lo que se estaba poniendo en duda era una nueva y vasta colección de pinturas llamadas *Sombras*, que constituían unas de sus obras más ambiciosas y desafiantes. (Véase el encarte en color).

En los meses finales de 1978, había creado más de un centenar de lienzos de gran tamaño, cada uno de la altura de un hombre de elevada estatura, ejecutados con pulcras pinceladas o caóticamente restregados en diferentes colores vivos y luego serigrafiados en negro con algún tipo de foto de… algo. Había una forma alta y puntiaguda, casi como un sombrero de bruja, y una más corta y oblonga que se ensanchaba desde su base, junto con lo que podría ser la línea del horizonte detrás. El título de la serie indicaba a los espectadores que estaban viendo una sombra, o varias, pero las imágenes eran demasiado oscuras para que supieran qué clases de objetos podían haberlas proyectado.

Corría el rumor —casi con certeza falso y difundido parcialmente por Warhol, quizá de manera accidental— de que las sombras eran proyectadas por los penes que Victor Hugo había llevado al estudio trasero. (Aunque Warhol parecía haber contribuido a propagar ese rumor al hacer que la prensa publicase una foto suya sentado delante de las *Sombras* con un larguísimo nivel de burbuja surgiendo erecto desde su entrepierna). En la inauguración de la primera exposición de la serie, al parecer se habría contado a los visitantes que las imágenes

estaban basadas en «el azulejo vislumbrado por Warhol un día en la zona donde trabajaba». Desde entonces, el ayudante Ronnie Cutrone ha asegurado que las sombras que fotografió para Warhol fueron proyectadas por bloques de construcción de niños o, en otra ocasión, que él montó alguna clase de maquetas de cartón y posteriormente fotografió las sombras que estas proyectaban. Las hojas de contactos que se conservan demuestran que la auténtica fuente es el cartón, no utilizado para construir «maquetas» lógicas, en cualquier sentido normal del término, sino más bien en formas improvisadas casi azarosas. Estas son difíciles de descifrar incluso en las fotos directas, y más aún a través de sus sombras. Pero toda esa vaguedad y esas dudas eran justamente el quid de la cuestión.

Como explicó una vez Cutrone, el objetivo de Warhol había sido crear obras que tomaran prestado el prestigio de la abstracción pura, que él había reconocido desde sus tiempos en el Carnegie Tech, pero sin renunciar a representar los objetos del mundo que le rodeaba. Las *Oxidaciones* ya habían supuesto un esfuerzo de fusión entre lo abstracto y lo mundano; las sombras fotografiadas por Cutrone, ilegibles a la par que naturales, eran la perfecta imagen con que dar un nuevo impulso en esa dirección. Serigrafiadas encima de diecisiete colores vivos, las sombras de Cutrone parecían asimismo lo suficientemente buenas para decorar hasta la discoteca más orgullosa.

Cuando Warhol soltó su ocurrencia acerca de la discoteca, acababa de ser testigo de la instalación de sesenta y siete de sus *Sombras*, sin separación entre ellas, en torno a la circunferencia entera de una de las galerías comerciales más respetadas de Nueva York, en el distrito artístico del SoHo, entonces de moda. La preciosa galería —setecientos cuarenta metros cuadrados de espacio interrumpido únicamente por un desfile de las clásicas columnas de hierro fundido del barrio— estaba dirigida por el marchante alemán Heiner Friedrich y llevaba su nombre. Al exponer con él, Warhol habría estado encantado de sentir que seguía los pasos de vanguardistas tan reconocidos como Cy Twombly, el venerable y venerado maestro de los garabatos, y Fred Sandback, el escultor minimalista que trabajaba con hilos y cuerdas. El objetivo de la exposición tenía que ver necesariamente con la reputación, no con las ventas: Friedrich ya había adquirido ciento dos de las *Sombras* para una fundación de arte que dirigía junto con su esposa, Philippa de Menil, una joven integrante del clan de Houston que llevaba apoyando a Warhol la década transcurrida desde su tiroteo. La fundación, a la que se había puesto el muy texano nombre de Lone Star (pero más tarde sería rebautizada como Dia), apoyaba a un puñado de artistas «avanzados» comprando y exhibiendo sus obras en profundidad, e incluso prometiendo a algunos de ellos sus propios museos. Warhol se estaba uniendo a un augusto grupo que incluía a su

viejo compañero de banda La Monte Young, el maestro de los zumbidos, y a Dan Flavin, cuyo neón había iluminado la sala trasera de Max's.

Las *Sombras* de Warhol poseían un trasfondo que las tornaba dignas de esa compañía. Hundían sus raíces en las historias romanas acerca de cómo el arte de la pintura había nacido a partir de sombras proyectadas sobre una pared, pero también derivaba de las primeras obras de sombras que habían creado sus héroes dadaístas como Marcel Duchamp, Man Ray y Robert Rauschenberg. Warhol había empleado las sombras en sus «Rayographs» —también conocidos como «fotogramas»— en la escuela de arte, y de hecho todas las pantallas utilizadas para imprimir sus obras pop y posteriores estaban producidas mediante la tecnología que también se valía de la proyección de sombras para captar una imagen fotográfica.

Las *Sombras* de Warhol rendían homenaje asimismo —aunque quizá en forma de guiño— a las grandes tradiciones de la abstracción. Ya en sus años universitarios, había conocido las variaciones sobre los colores puros que el artista de la Bauhaus Josef Albers había titulado *Homenaje al cuadrado*; las *Sombras* multicolor de Warhol podían concebirse fácilmente como un «homenaje a la mancha». («El alemán (murió hace un par de años), el que hace los cuadrados. Albers. Me gustaba; me gusta mucho su obra», diría Warhol unos años más tarde).

El propio Cutrone había hablado de las pinturas de su jefe como un guiño al expresionismo abstracto de los años cincuenta, y existe de hecho una asombrosa semejanza entre los picos y valles característicos que pintaba Clyfford Still y la forma de «capirote» de las *Sombras*. (Incluso Bob Rauschenberg le había apuntado el parecido a Warhol). Asimismo, este lo sabía todo acerca de los estudios expresionistas abstractos en colores sombríos de Mark Rothko, que los De Menil habían instalado alrededor de las paredes de una capilla en Houston; las *Sombras* podían considerarse sus primas discotequeras.

Más recientemente aún, y con más reciente prestigio, el joven conceptualista Joseph Kosuth había creado una obra en torno a la fotografía de una sombra, de una sombra auténtica, y había escrito algo de texto relativo a las sombras. Warhol la conocía muy bien, ya que solo unas semanas antes la había recibido a cambio de un retrato de Kosuth que había acordado hacer.

Las *Sombras*, instaladas en la galería de Friedrich a fin de colmar el campo visual del espectador, no podían ser más actuales. Combinaban la más reciente abstracción «sistémica» y «basada en procesos» con la «instalación artística para un sitio específico», un género que comenzó a estar de moda en los años setenta. Ya a comienzos de la década, el joven crítico Peter Schjeldahl había puesto por las nubes en *The New York Times* una nueva obra «ambiental» del viejo rival de Warhol en el

pop, James Rosenquist, que estaba instalada nada menos que en la galería de Leo Castelli. El autor comentaba su asombro (en un sentido positivo) ante la ausencia de esa figuración en la obra que había sido la especialidad de Rosenquist durante años. Y describía cómo las veintiséis abstracciones del antiguo artista pop, del tamaño de las *Sombras*, habían sido pintadas en «tonos sobre todo vivos, ácidos, ligeramente chillones o superbonitos», para ser colgadas borde con borde en las cuatro paredes de la galería, con el fin de funcionar como «elementos subsidiarios en un ambiente teatral envolvente; son decoración». Casi podría haber estado describiendo las *Sombras* de Warhol, si de veras estas hubieran funcionado solo como abstracción. Pero la compleja historia de este como artista invitaba a interpretaciones más complejas.

Nuestro artista, el más orientado a los objetos, escogió un título para sus pinturas de la Friedrich que llevaba a los espectadores a buscar los objetos populares que habían proyectado sus sombras (¿el piloto luminoso de una cocina?, ¿un grifo?, ¿un carrito de golf?), incluso cuando los propios cuadros les frustraban sistemáticamente en su búsqueda.

Y como los críticos han advertido siempre, el flujo de imágenes casi idénticas, una lindando con la siguiente, evoca al instante una serie de fotogramas como los del Warhol cineasta. Cabría imaginar que los sesenta y siete cuadros de la galería de Friedrich representan tan solo unos dos segundos y medio de rodaje —de una cámara que hace una panorámica de un rincón oscuro, pongamos por caso—, y que parecen abstractos únicamente porque no hemos visto las tomas legibles precedentes y subsiguientes. «En esta exposición hay una cualidad criminal y muy cinematográfica, al estilo de *Blow Up*», decía un crítico. Como experiencia artística, el análogo más próximo a las *Sombras* puede ser el *Empire* de Warhol, una película rodada quince años antes y que siempre ha contado como una de sus obras más delirantemente desafiantes y gratificantes. Tanto esta como los cuadros nos ofrecen muy pocas variaciones de temas explorados a lo largo del tiempo: el famoso rascacielos que permanece casi inmutable mientras lo observamos, y sombras serigrafiadas cuasiidénticas, cada una de las cuales conduce a la siguiente a medida que avanzamos. En un principio, ambas obras nos invitan a imaginar que son conceptos unilineales que no soportan mayor contemplación. *Empire* podría no ser nada más que una acogedora chimenea en el trasfondo visual, como Warhol sugirió una vez; y las *Sombras* podrían ser digeribles en «dos minutos», a la manera en que su autor pretendía que se captase su exposición de papel pintado en el Whitney, tal como señalaba una reseña de las propias *Sombras*. Y en realidad, tanto la película como las pinturas recompensan la interminable contemplación de sus

sutilezas, para aquellos capaces de observar un edificio durante ocho horas o sumergirse de veras en sesenta y siete (o ciento dos) lienzos casi idénticos, habida cuenta de que incluso la contemplación de una sala llena de los más variados Rembrandts puede tornarse agotadora tras un tiempo muy breve. «Vista una, vistas todas», se quejaba un artista rival en la inauguración de *Sombras*.

Una crítica entusiasta de la exposición de la Friedrich decía que la nueva serie estaba «llena de misterio y era profundamente hipnótica» en su denegación del significado normal. Calificando las pinturas de «provocativas y cautivadoras», el autor llegaba al extremo de verlas como casi adivinatorias: «Algo se agita en el aire en la actualidad (llamémoslo posmodernismo, romanticismo, la muerte de una era o el nacimiento de una nueva edad dorada cuyas raíces se hunden en la vieja), pero también Warhol parece seducido por su esquivo aroma».

Otra crítica amable decía que nuestro artista era «solamente» un pintor de decoraciones de discotecas a la manera en que Miguel Ángel era «solamente» un tipo que pintaba techos. El artículo concluía afirmando con grandilocuencia que las *Sombras* sugerían, de hecho, «el abismo que yace a cada lado del lugar en el que Warhol elige vivir: el ahora».

Lo cierto es que nuestro artista se había sentido decepcionado en la inauguración de las *Sombras* en la Friedrich. Aseguraba que, de las cuatrocientas personas elegantes invitadas a partir de la lista de *Interview* solo había acudido un puñado; ni Halston, ni Steve Rubell, ni Catherine Guinness asistieron. Tal vez fuese porque esa clase de personas no estaban verdaderamente interesadas en él como un artista audaz, sino tan solo como una celebridad y un fanático de las discotecas, es decir, como uno de ellos. En su lugar, la inauguración acogió a auténticos tipos del mundo del arte como Philip Johnson, coleccionista de Warhol de larga data, y los críticos Gregory Battcock, David Bourdon y Robert Rosenblum, además de un montón de artistas. Más impresionante todavía para Warhol era el hecho de que el estreno de *Sombras* «resultara ser más bien una inauguración punk, con todos esos muchachos maravillosos típicos de la fantasía que acuden a inauguraciones de este estilo». Es decir, la clase de «muchachos», quizá todavía estudiantes de arte, interesados en lo verdaderamente atrevido de la cultura contemporánea. Las reseñas de la exposición pusieron de manifiesto que las *Sombras* de Warhol habían alcanzado esa clase de estatus en mayor medida que todo cuanto había hecho desde hacía bastante tiempo. Aquello debió de emocionarlo.

También era emocionante la suma de un millón seiscientos mil dólares que la fundación Lone Star acababa de pagar por las ciento dos *Sombras*.

Tras un comienzo de década sumamente incierto, los setenta de Warhol parecían destinados a terminar bien.

A finales de 1979, Robert Hughes, crítico de arte para la revista *Time* y el más ardiente de los enemigos de nuestro artista, soltó una de las ocurrencias más célebres de la crítica de arte:

> Los admiradores de Warhol son dados a afirmar que este ha «resucitado» el retrato social como forma. Sería más próximo a la verdad decir que lo ha embutido en un Halston, le ha pintado los párpados y lo ha expuesto en la parte trasera de una limusina donde se mueve pero no puede hablar.

Hughes estaba arremetiendo contra «Andy Warhol: Portraits of the 70s», la segunda exposición en solitario que había hecho el artista en el Whitney en ocho años, comisariada por su amigo íntimo y a veces representante David Whitney, cuyo evidente conflicto de intereses de algún modo pasó inadvertido. La crítica demoledora de Hughes contrarrestaba el optimismo de fin de década que las *Sombras* habían prometido a Warhol a comienzos del año.

Warhol había estado pensando en la exposición del Whitney desde la primavera, no mucho después de que presentase sus *Sombras*, cuando se dispuso a hacer una selección de todos los retratos que había pintado esa década, reduciéndolos a los cincuenta y seis modelos que podía albergar la cuarta planta del Whitney —su cavernosa cuarta planta entera, eso sí—, dado que cada modelo se iba a exponer en un par de lienzos. Los viejos amigos de los sesenta como Henry Geldzahler e Ivan Karp pasaron el corte, en un par de cuadros recientes casi coincidentes. También se expusieron nuevos clientes de los setenta como Sao Schlumberger y Giovanni Agnelli, así como celebridades contemporáneas tales como Liza Minnelli y Halston. Pero Warhol escogió asimismo los retratos de unos cuantos poderosos fallecidos que se alejaban de la idea del «retrato de sociedad», que, por lo demás, podría haber predominado en la exposición e incluso haberla hundido. Allí estaba el presidente Mao, en un pequeño «templo» especial fabricado a medida en medio del suelo para albergar tres *Maos* gigantescos, que se escrutaban mutuamente a través de la construcción triangular, que resultó tener cierto parecido con la capilla de Rothko en Houston. Golda Meir, la recientemente fallecida Dama de Hierro de Israel, también tuvo su espacio en la pared, al igual que la Dama de Hierro de Pittsburgh, cuya imagen debió de haber causado una auténtica sorpresa a casi todos aquellos que la vieron: se trataba de Julia Warhola, la madre del artista, admitida al fin en las filas de los difuntos. (Warhol había revelado su muerte en los medios impresos unas cuantas semanas antes, nada menos que en

Pittsburgh). *Mao* y *Mamá* parecen haber sido incorporaciones de última hora; no figuraban en la lista de obras del catálogo.

Antes de la célebre y feroz crítica de Robert Hughes, Warhol tuvo un momento para saborear lo que parecía ser un éxito. Para su cena de la noche de la inauguración, lo más granado de Nueva York se reunió en un restaurante a la vuelta de la esquina del Whitney y una clienta pagó la cuenta de los noventa asistentes. Acto seguido, en la propia inauguración, «sonaban los chasquidos de los obturadores, burbujeaba el champán y en la muchedumbre, que había pagado a cincuenta dólares la entrada, se mezclaban las banalidades y las conversaciones profundas», decían las páginas de sociedad del *Times*, que informaban sobre los aristócratas, las estrellas de cine y las grandes damas presentes. Dos semanas después, cuando Hughes disparó su trabucazo, Warhol fue capaz de poner al mal tiempo buena cara: «Me han dedicado dos páginas enteras —le dijo a Colacello—. Con tres fotografías. En color». Pero por entonces sabía también que Hughes era solo uno entre la multitud que lo despreciaba.

Apenas unos días después de la inauguración, Hilton Kramer, el crítico principal de *The New York Times*, se mostraba tan brutal como Hughes, si bien menos elegante: «Superficial y aburrido» fue el mejor golpe que acertó a propinar. No obstante, es posible que algunas de las quejas de Kramer causaran a Warhol una extraña satisfacción, no solo porque el crítico era muy conocido por su odio a lo novedoso, sino también porque su escrito mostraba que gracias a la exposición había podido captar lo que Warhol estaba haciendo en realidad, por más que Kramer lo despreciase. La demoledora crítica advertía con acierto y se ofendía gravemente por el «sentimiento degradado y brutalizado» que Warhol lograba incorporar a los retratos, que, por lo demás, deberían haberse sumado a una gran tradición de adulación (en la que los había situado de manera incorrecta Hughes). Nuestro artista, decía el crítico de *The New York Times*, hacía que todos los modelos «parezcan feos y un pelín colocados, cuando no realmente repulsivos y grotescos». En la corte borbónica española, Kramer podría haber sido el cortesano que advirtiera lo que Goya había hecho de veras con la realeza.

Kramer había entendido incluso que los retratos de Warhol habían captado pronto el retorno de finales de los años setenta al emotivo manejo del pincel conocido como neoexpresionismo, si bien no alcanzaba a comprender que el aspecto «chapucero», «manchado» e «inacabado» de aquellos retratos arrojaba dudas asimismo sobre la sinceridad de ese reciente regreso al (des)orden. Al fin y a la postre, la pintura de Warhol se aplicaba al fondo, caprichosamente, antes de que hubiera aparecido en el lienzo cualquier imagen capaz de desatar sus emociones.

Pero el artículo de Kramer sí que lanzaba una ofensa de lo más

dañina, digna del reto a batirse en duelo: ocupaba dos miserables columnitas en la página C19, contigua a una dedicada a anuncios de lápidas baratas y bajo el llamativo título de «Whitney Shows Warhol Works».

Hizo falta que un auténtico admirador de Warhol diese el golpe de gracia. El efusivo ensayo del catálogo para la exposición del Whitney, escrito por Robert Rosenblum, presentaba a nuestro artista como «un pintor de la corte ideal para esta aristocracia internacional de los años setenta», es decir, como un tradicionalista adulador, más que como el rompedor que él imaginaba ser. Rosenblum decía que Warhol, «una celebridad entre celebridades», había «resucitado la efervescencia visual, el esplendor y la elegancia de las viejas tradiciones de los retratos de sociedad», captando al mismo tiempo «un repertorio increíble de perspectivas psicológicas entre sus modelos». (¿Se supone entonces que en el cuadro de Warhol hay que interpretar a Mao como un ideólogo sediento de poder con un desprecio absoluto por la vida humana?). A juicio de Rosenblum, las pinceladas de nuestro artista ofrecen «un virtuosismo extravagante de categoría que parece estar citando, para el consumo conspicuo, una brillante tradición que abarca desde Hals hasta De Kooning».

Rosenblum había descargado sobre Warhol el inventario completo de destrezas tópicas de los retratos. Y si algo odiaba el artista eran los tópicos.

Warhol se enfrentaba públicamente a problemas en su carrera artística, pero afrontaba más aún en la intimidad de su vida amorosa. La relación entre Jed Johnson y él llevaba tiempo deteriorándose.

Sus primeros años juntos habían ido bien. Habían hecho escapadas sofisticadas y glamurosas a St. Moritz, París, Roma e incluso Tokio, así como visitas más familiares y acogedoras a los parientes de Johnson. (Su madre estaba emocionada con el perfume que le regalaba Warhol, y su hermana los visitaba con frecuencia en Nueva York). Un amigo común decía que Johnson le daba a nuestro artista algo que este necesitaba con desesperación, «la sensación de vivir con alguien, de encontrarse con alguien al volver a casa, de tener una vida muy estructurada en su hogar».

Por supuesto, había momentos de tensiones domésticas, como cuando Johnson sentía que se esperaba que fuese el cocinero y el criado de Warhol. Pero estas se resolvían con sensatez, por ejemplo, haciendo que las hermanas Nena y Aurora Bugarin se encargasen de la cocina y la limpieza. (Una de ellas vivía en la planta superior de la casa y la otra venía de fuera para ayudar; Warhol desarrolló el gusto por su tradicional comida filipina a base de pescado relleno).

El sentimiento natural de Johnson de subordinación profesional a su pareja también parecía en camino de resolverse, a medida que afinaba sus destrezas cinematográficas y se volvía más esencial para el trabajo en Union Square. Ayudó en las películas de *Frankenstein* y *Drácula* desempeñando casi todas las funciones, y cuando Morrissey decidió no volver al redil de Warhol, Inc. Johnson empezó a trabajar por su cuenta. Ya en el otoño de 1974 Warhol y Peter Brant planeaban respaldar a Johnson en un nuevo largometraje que se titularía *Bad*, regresando a los títulos de una sola palabra de la época de la Factory. Después de todo, aquella era una «mala» película para ser presentada por alguien que en cierta ocasión había dicho que «Cualquier cosa mala está bien» y que «intentar conscientemente hacer una mala película es como hacer una BUENA mala película».

«Andy decía que no le importaba de qué tratase, tan solo le encantaba el título», comentaba George Abagnalo, el joven empleado a quien se le ocurrió la idea de *Bad*. Este se había incorporado al estudio de Union Square no mucho después de que Warhol recibiese los disparos, apareciendo un día cualquiera como un muchacho de dieciséis años extraordinariamente cinéfilo, dispuesto a echar una mano en cualquier asunto fílmico. (Pero no dispuesto a obedecer cuando Warhol se propasó pidiéndole que se bajase los pantalones). Para *Bad*, Abagnalo elaboró una trama y una sinopsis, y a continuación Pat Hackett afinó el diálogo. Johnson actuó como director y editor en el proyecto más ambicioso que jamás llevaría el nombre de Warhol. Fred Hughes la había presupuestado en un millón de dólares, que había que recaudar de una lista siempre mudable de patrocinadores de la industria (y sus bancos respectivos) trabajando junto con Warhol en calidad de «productor y director artístico» de la película.

El argumento de *Bad* trataba de una mujer de clase trabajadora de Queens que dirige un salón de belleza desde su casa y también un círculo de asesinas a sueldo. Ofrecieron el papel principal a Bette Davis y a Angela Lansbury, pero ninguna de ellas aceptó. Warhol y Johnson tuvieron que contentarse con Carroll Baker, que no era precisamente una estrella, pero a nuestro artista se le antojaba irresistible por haber actuado en *Los insaciables*, una película que había visto y revisto, así como por haber interpretado el papel de Jean Harlow en una película biográfica que era, por decirlo así, un poco más fiel a la historia que el *Harlot* del propio Warhol.

En octubre de 1975, el guion de Abagnalo y Hackett ya estaba terminado y sucumbía a los miles de cortes. («¿Puede encontrarse una alternativa a la escena en la que Estelle rompe seis ventanas de vidrio? —preguntaba un productor—. Eso son MUCHOS $$$$»). Warhol y Hughes seguían todavía a la caza de financiación a principios del año

siguiente (el presupuesto se había disparado a un millón trescientos mil dólares), pero en julio estaban por fin rodando exteriores en Queens, donde permitieron que un reportero local visitara el plató. Este describió *Bad* como el primer intento de Warhol de hacerse comercial en Estados Unidos, con un reparto y un equipo sindicados, un equipo de treinta y cinco milímetros, y un programa de rodaje de ocho semanas como es debido. Había incluso, para evidente asombro del reportero, «un auténtico guion», que incluía asesinas a sueldo que «tiran bebés por las ventanas, apuñalan perros, queman salas de cine, roban la correspondencia, hacen estallar coches», actuando junto con «un parapléjico y su vengativa esposa y una joven demente, madre de gemelos idénticos con personalidades conflictivas».

Johnson, descrito como el director de un largometraje comercial más joven de todos los tiempos, quedó básicamente silenciado por los nervios que sentía, de suerte que su íntima amiga Hackett hacía de portavoz:

> Queríamos hacer una película profesional para poder tomar café en el plató cada mañana. Así sabes realmente que estás trabajando. También necesitábamos papeles para las mujeres; son ellas las que andan holgazaneando por la Factory y les hace falta trabajo […]. Nos encanta el refinamiento de hacer una película con un equipo profesional. Si puedes dirigir una película como esta, puedes hacer cualquier cosa; dirigir un país. Lo siguiente será organizar una pequeña nación africana.

Muchas pequeñas naciones africanas han funcionado ciertamente con mucha más eficiencia que el rodaje de *Bad*. En los años ochenta, Abagnalo describía a Johnson como «totalmente incompetente, al cien por cien», y recordaba que la producción solo se salvó gracias a la pericia del cámara.

Con todo, una vez editado y estrenado por fin el largometraje, en la primavera de 1977, cosechó unas cuantas críticas medio decentes. («*Bad* no es una película para recomendar a nadie sin una advertencia —escribió Vincent Canby en *The New York Times*—, pero el filme es más sensato que cualquiera de los largometrajes de Warhol que he visto hasta la fecha»). Hubo también un buen número de críticas demoledoras. («Warhol, incluso como productor, hace que todo en la vida parezca un pañal sucio»). Más importante era el hecho de que, habida cuenta del papel central del proyecto en el arte negocio de nuestro artista, *Bad* no consiguió ganar dinero, en parte debido a los malos acuerdos de distribución. A la postre hizo a Warhol asumir una dolorosa pérdida de quinientos mil dólares, y juró no volver a invertir jamás en una película. No lo hizo.

El artista culpaba a Johnson del fracaso, lo cual llevó a su joven pareja a abandonar la cinematografía —y, por ende, el lugar que se

había forjado en el estudio de Warhol— y a sumergirse más a fondo en su labor de decorador. Pero el muy injusto ataque no podría haberse producido en peor momento, porque el artista proporcionó casi de inmediato buenos motivos para un contraataque:

> Lunes, 7 de noviembre de 1977
>
> Llovía a cántaros. Era un mal día, problemas «de familia». Jed pasó por la oficina y estaba al fondo de mi zona de trabajo cuando vio las pilas de Polaroids de todos los «paisajes» que había fotografiado para las pinturas de *Sombras* (todos los primeros planos de pollas y similares), y comenzó a gritar que yo había caído muy bajo al malgastar el tiempo de esa forma y se marchó, verdaderamente enojado, y arruinó mi tarde […]. En cualquier caso, yo estaba enfadado por el enfado de Jed, así que decidí concederme el capricho de encargar comida basura […]. Telefoneé a Jed y él me colgó […]. Más tarde, en la fiesta en honor de Diane de Beauvau en Studio 54, el nombre de Diane aparecía en un letrero luminoso. Me acerqué y grité a Jay Johnson y a Tom Cashin por no haberle dicho a Jed las cosas que les había pedido para tranquilizarlo. Así que estuve gritando y no lo pasé nada bien […]. No tenía mi cámara, no estaba de humor. Luego me marché a casa y saqué los perros, pero no mearon.

Aquel fue el principio del fin de la relación entre Johnson y Warhol. Según lo describía Bob Colacello, «después de *Bad*, cuando Jed salía tarde, Andy volvía a casa temprano, y cuando Jed volvía a casa temprano, Andy salía tarde».

O tal vez el final estuviese en realidad más avanzado, pues varios testigos han dicho que la relación llevaba tiempo deteriorándose incluso antes de los episodios de *Bad* y *Sex Parts*. Catherine Guinness contaba que hacía tiempo que ambos hombres «se llevaban fatal», y Abagnalo recordaba que Johnson había «dejado» a Warhol varias veces a esas alturas. Este andaba metiéndose mano con unos y con otros en Studio 54 y había tenido sin duda al menos una aventura, que había desatado algo de violencia doméstica por parte de su novio y luego una cruel reacción de Warhol, quien llamó a Johnson «golfo y putero». Un amigo de nuestro artista contaba que el joven le había «dejado emocionalmente, pero continuaba viviendo en casa de Andy, para disgusto y desesperación de este».

La inmersión de Warhol en el sórdido mundo de Victor Hugo no mejoró la situación. Johnson carecía de la formación para entender el posible potencial artístico de aquel ambiente y era demasiado mojigato para unirse a él. (Para un joven homosexual en la Nueva York de los años setenta, la moralidad de Johnson era tan tradicional como su decoración).

La inauguración de Studio 54, aquel mismo otoño, confirmó el creciente abismo entre ambos amantes, según el propio Johnson:

> Cuando Studio 54 abrió sus puertas, las cosas cambiaron con Andy. Aquello era Nueva York en pleno periodo de decadencia, y yo no participaba de ese apogeo.

> Jamás me gustó aquel ambiente, nunca me sentí cómodo en él. Yo era realmente tímido y la verdad es que me costaba mucho socializar. Además, no me gustaba aquella gente. Andy estaba malgastando el tiempo y eso me resultaba de veras molesto. Intentaba proponer ideas, pero él no las apoyaba. Se limitaba a pasar el tiempo con los tipos más ridículos. Así pues, las cosas cambiaron.

La situación no se estropeó de la noche a la mañana. Pese a su creciente independencia como decorador, Johnson continuó viajando con nuestro artista a Londres y a Kuwait aquel noviembre de 1977, y seguiría acompañándolo durante el resto de la década, prosiguiendo lo que él llamaba su «educación» al lado de Warhol, que hacía tiernos retratos de Johnson, incluidos algunos con Amos, su segundo perro salchicha. Estos servían para «mantener más o menos la paz», según Jay, el hermano de Johnson; un sustituto material para las tiernas emociones que a Warhol tanto le costaba manifestar. «Jed echaba en falta el afecto, tanto verbal como físico. Andy era incapaz de expresarlo del modo que Jed necesitaba —recordaba Jay Johnson—. Jed estaba profundamente implicado en la relación. Sin duda tenía fuertes sentimientos hacia Andy, y eso le causaba mucho dolor».

En la primavera de 1980, tras una década con Johnson, Warhol arremetió contra la idea misma del amor en una entrevista: «Lo primero que digo siempre a mis amigos es que no se enamoren […]. El amor es demasiado difícil. Tienes que involucrarte con las personas. No creo que merezca la pena de veras. Nunca es como en las películas». Negaba haber estado enamorado ni una sola vez: «Me siento sencillamente fascinado por todo el mundo». Por mucho que Johnson se dijese a sí mismo que toda esa perorata no era más que el juego habitual de Warhol con la prensa, no pudo resultarle tranquilizadora.

Poco ayudaba el hecho de que nuestro artista fuese incapaz de mantener los ojos o los pensamientos, y a veces las manos, alejados de los guapos jovenzuelos que veía la mayoría de las noches en la pista de baile de Studio 54. Estaban Kevin Goodspeed, «grande y parecido a mi viejo amor de los sesenta, Rodney La Rod», y aquellos gemelos, los falsos Dupont, así como muchos ayudantes de camarero. El nuevo serigrafista de Warhol, el fogoso Rupert Jasen Smith, recordaba frecuentes noches salvajes de juerga con su jefe: «Yo era joven y enérgico, y Andy estaba atravesando una especie de ruptura con su novio, Jed Johnson». Un ayudante de Smith recuerda haber preguntado a Warhol por un extraño garabato que este había añadido a su firma. «Bueno, es un corazón roto», le había explicado él.

En la Navidad de 1977, Johnson se presentó en el estudio de Warhol con un moretón en la cabeza; Warhol le había cerrado una puerta en la cara.

Tres meses más tarde, el dolor de Johnson había abocado a la

catástrofe. Se encerró en un armario e ingirió una sobredosis de metacualona, una de las pocas drogas que consumía, normalmente por placer. Presa del pánico, Warhol llamó a Jay Johnson para que se ocupase de la segunda tentativa de suicidio de su hermano, pero se había marchado de la casa cuando Jay llegó para llevarse a Jed corriendo al hospital. Si el objetivo de este había sido verdaderamente quitarse la vida, estuvo a un tris de conseguirlo. Fueron precisas cinco noches en el hospital para dejarlo en condiciones de regresar a casa, y solo con el beneplácito de un psiquiatra. «Esto es muy embarazoso. ¿Por qué me avergüenzas de esta manera?»: así recordaba Johnson haber sido recibido por Warhol.

Las aguas jamás volvieron a su cauce entre ambos hombres. En julio, Johnson se desmarcó de un viaje en el Concorde para ver los *Atletas* de Warhol en Londres. «Caramba, todos los asientos están ocupados excepto el de Jed», fue el lacónico comentario de Warhol sobre el vuelo.

Stuart Pivar, un amigo con quien nuestro artista solía ir a comprar antigüedades, afirma que este le pidió con desesperación que le ayudase a encontrar una nueva casa para Johnson. Sin embargo, cuando el susodicho consiguió un apartamento propio —un piso *vintage* de tres habitaciones, nada menos, colindante con la casa de Pivar en un precioso edificio neogótico justo al oeste de Central Park —, Warhol lo describió en una entrada de su diario de octubre de 1980 como «una oficina para su negocio de decoración, de manera que sus clientes y todos los trabajadores dejen de pasarse el día entrando y saliendo de la casa, lo cual será un alivio». Podría ser, no obstante, que estuviera ocultando su deseo de librarse de Jed a Pat Hackett, que transcribía los diarios a partir de las llamadas telefónicas habituales. Ella y Jed estaban extremadamente unidos, por lo que Warhol no le habría permitido implicarse en ninguna maquinación para la marcha de Jed. («Querido… ojalá las cosas no fuesen tan imposibles para nosotros», concluye una de las cartas de Hackett a Jed). Algo no mencionado en los diarios de Warhol es que la compra del apartamento dependía de él como cofirmante de un préstamo, un acuerdo explicado en detalle en una carta extrañamente formal que Johnson escribió a finales de noviembre: «Querido señor Warhol: Esta breve carta tiene la finalidad de confirmar nuestra conversación de hoy…».

«¿Ha estado enamorado alguna vez?», preguntó a Warhol un reportero de televisión aquel invierno. «Hummm… no», respondió este.

Cuatro días antes de Navidad, Johnson le comunicó que, cuando regresase de su viaje habitual a Colorado para esquiar (compartía con Peter Brant la propiedad de una casa en Vail) dejaría el piso de la calle

Sesenta y seis, en el que vivía con Warhol, para mudarse a su nuevo apartamento en el West Side. Allí compartiría hogar con Alan Wanzenberg, un joven arquitecto atractivo y elocuente, con quien de hecho tenía ya una aventura desde el verano, posiblemente con la aprobación tácita de nuestro artista. Los warholianos que estaban al tanto de ello se sentían aterrorizados con la posibilidad de que arruinarse el delicado equilibrio en el mundo del artista y en el de ellos mismos. Tal como se desarrollaron los acontecimientos, así sucedió.

«Un día terrible, sin el más mínimo espíritu navideño», decía Warhol en su entrada de diario del día siguiente a la marcha de Johnson. Aquel año no repartió a sus empleados sus habituales serigrafías navideñas.

Sí que recibió una preciosa postal navideña victoriana de Johnson:

Andy:

No sé lo que estás buscando. Siento que no lo hayas encontrado en casa. Creo (o quiero creer) que no lo conseguirás con tus Victors y Kevins ni tus noches en Studio 54. Tenías todo mi amor y mi respeto. Siento que haya salido mal.

Pensando en ti con amor sincero,

JED

De rubia.

47
1981

WARHOL, EL MODELO | *EXPOSURES*: UNA VIDA SOCIAL |
PROPUESTAS DE NEGOCIO DE RONALD FELDMAN |
EXTERNALIZACIÓN A RUPERT SMITH

«Puede que sea muy conocido, pero estoy convencido de que mi producción no es buena».

La Nochevieja de 1980, Warhol encontró uno de los calcetines de Jed Johnson bajo su cama y se sintió abatido. Otro detalle acerca del incidente: lo narró a un nuevo amigo telefónico, un «apuesto muchacho de Princeton» que se había convertido en uno de los nuevos efebos cuya presencia había contribuido a ahuyentar a Johnson. Sin el decorador como contrapeso en casa, el Warhol público que se entregaba al flirteo y era asiduo de las discotecas tomó por completo las riendas de la vida y el personaje del artista. Ya el día después de la marcha de Johnson, envió rosas a un apuesto joven de veintisiete años, vicepresidente de los estudios Paramount, que respondía al nombre de Jon Gould y que casualmente tenía un hermano gemelo llamado Jay. Warhol había reparado en él tiempo atrás. «Quiero que consiga que Paramount se anuncie en *Interview*», le contó a su diario (y, por consiguiente, a Pat Hackett, su diarista y amiga íntima de Jed Johnson) a modo de explicación por el envío de las flores. El pretexto formal debió de acabar desapareciendo, pues Warhol mantuvo ocupada a diario a su florista. «Creo que las rosas que le sigo enviando al trabajo le resultan embarazosas, así que debería dejar de hacerlo. Intenta hacerse el macho», diría nuestro artista diez días más tarde. Gould era homosexual, pero no había salido del armario, y acabaría siendo una especie de novio de Warhol.

Mientras el artista aguardaba para ver cuál sería su suerte con Gould, se centró en volverse lo más atractivo posible para todos los interesados. Empezó a hacer dieta obsesivamente. A mediados de abril comentaba que «todo el mundo me dice lo maravillooooso que estoy delgado, pero yo me siento muy débil». En la primavera de 1980, con su vida doméstica todavía intacta, Warhol decía que quería bajar de sesenta y tres kilos y medio a sesenta y un kilos y medio, que consideraba su peso adecuado. Un año después había adelgazado absurdamente hasta los cincuenta kilos «y me he asustado de veras. Mi

estómago se ha reducido», dijo. Tenía motivos para asustarse. Contaba que había llegado a estar «anoréxico», y en junio de 1981 estuvo postrado en cama con lo que los médicos llamaban «neumonía atípica», una infección bacteriana que le impedía viajar y era al menos tan desagradable como un mal catarro de pecho o como una gripe. La combinación de la depresión a raíz de la marcha de Johnson y una imagen corporal distorsionada causó a Warhol un daño profundo. Los autorretratos de 1977 y 1981 parecen el antes y el después de una víctima de una terrible hambruna. «Estoy desesperado y ansioso. Algo me ocurre y no sé lo que es —decía Warhol a propósito de su obsesión por gustar a los chicos aquel verano de 1981—. Estoy desesperado. ¿No es horrible? No sé qué me pasa. Estoy tan desesperado que no sé qué hacer. Estoy dispuesto a matarme».

Incluso después de su enfermedad seguía obsesionado con su peso. Consiguió ganar poco más de un par de kilos, pero incluso con cincuenta y dos kilos sabía que estaba excesivamente delgado: «Siento rechinar los nervios contra los huesos». Y luego, cuando recuperó otro dos, dijo el disparate de querer volver a perderlos: «Me gusta mi aspecto con cincuenta y dos kilos, así que he decidido no comer».

También empezó a hacer ejercicio, al principio en las máquinas Nautilus que una amiga condesa tenía en casa y bajo la supervisión de un entrenador personal que les acompañaba, y posteriormente ejercitándose con ese mismo entrenador casi a diario, con los equipos de gimnasio que hizo instalar al fondo de su estudio del número 860 de Broadway. Aquello debió de resultar más beneficioso para su salud que morirse de hambre.

En Navidad, transcurrido un año desde la marcha de Johnson, Warhol estaba empezando a sentirse mejor consigo mismo, o al menos no tan mal: «Estoy consiguiendo un buen cuerpo. Ojalá hubiera empezado a hacer ejercicio cuando era joven. Podría haber tenido un buen cuerpo toda mi vida». (Lo curioso es que había comenzado a entrenar en los años cincuenta, mucho antes de que estuviese de moda hacerlo, y tenía pesas y una bicicleta estática incluso en la Silver Factory, en cuyas filmaciones y fotos daban la impresión de ser utilería irónica, pero donde también recibían un uso real). Los entrenamientos surtieron efecto. Warhol, que siempre se había presentado a sí mismo como un modelo para los enclenques de cuarenta y cuatro kilos, gustaba de sorprender a sus amigos mucho más jóvenes ganándoles en los pulsos, lo cual se había convertido en uno de sus «pasatiempos favoritos». Incluso existe un vídeo en el que aparece asombrando a su entrenador con las cuarenta y dos flexiones que logró hacer, una cifra que apenas cabría esperar de un deportista de tres al cuarto de veintitantos. (Las cámaras que enfocaban a Warhol debieron de despertar a la bestia que había en él).

Fue en ese mismo periodo navideño de 1981 cuando Brigid Berlin comenzó a teñir las fajas quirúrgicas de Warhol de colores pastel, tal como se conservan todavía en pilas entre sus archivos. «Hace un hermoso trabajo con ellas —decía él—. Los colores son tremendamente glamurosos, pero me parece que nadie me las verá puestas jamás». Las cosas no iban a ningún lado con Jon Gould, su futuro amante de Paramount, ni, para el caso, con nadie. Aunque la idea de que aquellos bragueros pudieran llegar a ser «glamurosos» era pura fantasía para un Warhol herido.

Siempre pionero en el uso de las nuevas tecnologías, nuestro artista completó su cambio de imagen post Johnson reemplazando sus antiguas y duras lentillas por una nueva clase de lente de contacto blanda que podía llevarse día y noche. Estas acababan de ser aprobadas por la Administración de Medicamentos y Alimentos, y solo para los miopes, pero por suerte Warhol cumplía el perfil de lejos: «Es realmente espeluznante despertarse en plena noche y ser capaz de ver», decía después de conseguir las nuevas lentillas. No eran lo bastante eficaces como para dibujar o leer —«¿Tendrán bifocales que puedan llevarse con lentillas?», se preguntaba—, pero permitían a Warhol aparecer en público, no como un cuatro ojos sino como alguien capaz de reconocer las caras de cualesquiera jóvenes bellezas con las que se encontrase.

En 1976 Warhol había hablado de intentar afearse para asegurarse de que nadie se enamorase de él. Tras ser abandonado por Johnson, esa ya no era su estrategia. Siempre había estado secretamente sediento de romance —de una relación de pareja real y a la antigua usanza—, y esa sed no hizo sino aumentar una vez instalado del todo en la soltería en la primavera de 1981:

> Ahora vivo solo y en cierto modo me siento aliviado, pero no quiero estar sin compañía en esta casa tan grande. Estoy desesperado porque nada tiene sentido. Y entonces decido que debería intentar enamorarme, y eso es lo que estoy haciendo ahora con Jon Gould, pero es demasiado difícil. Quiero decir que piensas en una persona constantemente y es solo una fantasía, no es real, y luego te involucras mucho, tienes que verla todo el tiempo y acaba convirtiéndose en un trabajo como cualquier otro, así que no sé. Pero Jon es una buena persona de la que enamorarse porque tiene su propia carrera, y puedo desarrollar ideas de películas con él, ¿sabes? Y tal vez él también pueda convencer a Paramount para que se anuncie en *Interview*, ¿verdad? Por tanto, enamorarme de él sería bueno para el negocio.

Los entusiastas intentos de embellecimiento de Warhol no iban encaminados solo al ámbito íntimo, a ayudarlo a encontrar pareja. También tenían mucho que ver con la nueva imagen pública que se estaba forjando para los años ochenta, el último de una larga serie de «yos» que había elegido crear. Después de ser el granuja de la

ilustración en los cincuenta, el diablillo de la contracultura en los sesenta y el rey del ascenso social en los setenta, sería un tipo normal en los ochenta, acaso el papel más inverosímil que jamás había representado. Cada vez ponía menos empeño en ser el bicho raro de la cultura estadounidense y más interés en presentarse ante la cultura dominante como alguien deseoso de incorporarse a ella.

Por inverosímil que pueda parecer, en sus primeros meses de soltería decidió hacerse modelo. En abril ya lo había conseguido, tal como se anunciaba en una columna de *Los Angeles Times*, que, por supuesto, Warhol guardó en forma de recorte: «¿Estás buscando un modelo masculino con gafas y cabello rubio platino que además se dedique un poco a la pintura? El artista pop Andy Warhol se ha incorporado al listado de rostros fabulosos de la agencia de modelos Zoli».

La idea de que un vanguardista de aspecto raro, tímido, torpe y empelucado se convirtiese en Zoolander se consideraba claramente de interés periodístico, y Warhol, siempre a la caza de publicidad, debía de saberlo. Enseguida lo abordó un periodista con preguntas sobre su nueva carrera como modelo; se conserva un texto mecanografiado de su maravillosamente excéntrica entrevista:

> Solo llevo unas tres semanas haciéndolo y he tenido una docena de trabajos. El primero que me pidieron fue para Barney's. Estuve en París la semana pasada y fui a una gran tienda de hombres. Creo que era Daniel Hechter. Solo estaba curioseando y aquel vendedor no dejaba de mirarme. Supuse que pensaría que era el artista Andy Warhol o algo por el estilo, pero me equivoqué. Se acercó a mí y me preguntó: «Caramba, ¿no es usted ese modelo que aparecía en el anuncio de Barney's en *GQ*?». Dios mío. Aquello me alegró el día, la semana. Me alegró el año.
>
> Mi primer trabajo con nervios fue ayer, cuando desfilé en la pasarela de Van Lac. Fue mi primer desfile y ahora tengo el segundo. Creo que hoy no es una pasarela, creo que se trata solo de mezclarse e interactuar con un traje de Bill Blass. Pero ayer fue mi debut público como modelo. La verdad es que las chicas eran muy dulces. En realidad, me gustaría ser una modelo. Creo que los modelos deberían volver a ser superdelgados. Yo peso cincuenta y dos o cincuenta y tres kilos, y la ventaja que esto tiene es que puedo llevar… yo no soporto los pantalones de lana, así que puedo llevar dos pares de pantalones encima de mis vaqueros; eso me engorda y parece que tengo setenta y seis centímetros de cintura. Ha funcionado: yo no me tengo que quitar los pantalones. Pero lo impactante es cuando me quito la camisa y todos ven mis cicatrices apartan la vista.

Un tema en el que Warhol insistió en la entrevista fue lo normales que eran sus gustos en moda. «Creo que si llevas lo clásico, acertarás», dijo, y mencionó el gusto magnífico de Perry Ellis como su nuevo diseñador favorito, L.L. Bean y Eddie Bauer como sus fabricantes de chaquetas favoritos y el algodón como su tejido preferido. Había recorrido un largo camino desde algunos de sus atuendos más salvajes

como el hombre del plástico de los años sesenta. «Me muero de ganas de trabajar por dos mil dólares diarios —concluyó la entrevista, a su manera típica de falso mercenario—. Quiero figurar en el catálogo de L.L. Bean o Brooks Brothers».

Paige Powell, una joven que ingresaría en el círculo de Warhol unos años más tarde, recordaba cuánto amaba este el estatus que le brindaba ser una de las «caras» de una agencia de modelos de élite. Recordaba asimismo el precio que pagaba por ese estatus al tener que enfrentarse a su pavor a caminar por una pasarela delante de un público en vivo. Los organizadores del desfile de modelos le proporcionaban a veces una cámara para que la sujetara a modo de accesorio, con el fin de que tuviera algo que le distrajera de sus terrores. «Le gritaban: "¡Haz una foto, haz una foto!", porque estaba paralizado —contaba Powell—. Pero ni siquiera era capaz de levantar la cámara para hacer una foto, pues le temblaban las manos». Warhol le confesó a Powell que la única razón por la que hacía de modelo era para poder desgravar las tarifas de su entrenador y su sofisticadísimo cosmetólogo. Pero la verdad más probable era que, al margen de sus temores, sucedía justamente lo contrario: entrenaba, se depilaba el pecho y se sometía a tratamientos faciales, quizá incluso a cirugía plástica, para poder trabajar como modelo.

Al firmar con Zoli había tenido que hacer frente a las objeciones más virulentas de Fred Hughes: «Es algo que deseo hacer, así que le ignoré», escribía Warhol en su diario. Colacello era igualmente negativo al respecto. «Bob me ha dicho que parezco un tonto sobre la pasarela desfilando como modelo. Le he respondido que no me importaba, y él ha replicado que a él sí, que su trabajo se hacía más difícil si yo parecía un tonto».

En realidad, Warhol tenía su peculiar idea de que parecer tonto era justo lo que necesitaba hacer para triunfar como modelo, dado que jamás podría competir en pie de igualdad con las jóvenes bellezas que le acompañaban en el estudio fotográfico o en la pasarela. «Creo que tengo que idear una manera de ser más bien un bufón, de caerme o algo por el estilo», decía. (Intentó precisamente una caída intencionada en el pase de modelos que se celebró unos días antes de su muerte; con la perspectiva que da el tiempo, esta se antoja más trágica que cómica). Es probable que sus payasadas se basaran en la vieja idea picassiana del fracaso como éxito, pero asimismo en su peculiar noción de que el trabajo como modelo le lanzaría a la más inverosímil de las nuevas carreras: «Quiero ser cómico. Y he decidido que este es un buen trampolín. Como me pongo muy nervioso, no puedo hacer televisión en directo. Solo puedo hacer programas en diferido y eso se me da fatal, pero creo que podría ser cómico, y he pensado que esta es una forma de empezar con suavidad».

Volviendo a los años sesenta, Warhol había utilizado *The Chelsea Girls*, el *Index (Book)* y las apelotonadas fotos de la Silver Factory en su catálogo de Estocolmo para presentar su propia visión interna de quién era y cómo experimentaba el mundo en calidad de habitante del *underground*. En los años ochenta, estaba igualmente comprometido con el control y la creación de la imagen que ofrecía, pero ahora se trataba de una imagen muy diferente, y él ejercía un control más completo todavía sobre su creación. Había comprado su diminuta cámara «espía» Minox en un viaje que hizo a Europa en 1976, y desde entonces la había estado utilizando para documentar casi cada segundo de su nueva vida en el corazón de la alta sociedad. A finales de los setenta, el nuevo brazo editorial de su estudio, Andy Warhol Books, publicó un volumen de las fotos que había tomado durante esa década. Se tituló originalmente *Social Disease*, en alusión a la necesidad compulsiva de socializar que Warhol mencionaba en su introducción (por medio de los escritores fantasmas Bob Colacello y Brigid Berlin), pero el libro pasó a llamarse *Andy Warhol's Exposures* una vez que los especialistas en marketing se percataron de que su título original, aunque mucho más acertado y apropiado, no se vendería en las pequeñas localidades de Estados Unidos. «Todos pensaban que la gente creería que significaba enfermedad venérea —decía Warhol—. Por consiguiente, lo cambiamos».

Al igual que todos los libros publicados por nuestro artista, *Exposures* no alcanzó unas ventas espectaculares; solo salieron de las librerías alrededor de veinticinco mil ejemplares. Con todo, se trata de una de sus producciones más importantes, aunque casi nunca ha sido reconocida. Estilísticamente contribuyó a cimentar una modalidad casual, irreflexiva y ágil en la fotografía artística estadounidense, inaugurada por la emblemática exposición «New Documents» del MoMA en 1967. Pero la absoluta espontaneidad de la estética descompuesta de las fotografías hizo que los famosos «accidentes» cultivados en las instantáneas del MoMA de los anteriores fotógrafos callejeros como Gary Winogrand o Diane Arbus parecieran tan organizados y estructurados como cualquier Leonardo. El estilo warholiano basado en los hechos desnudos era ya de rigor en la vanguardia del mundo artístico, a la que Warhol siempre anheló pertenecer, pues llevaba ya una década siendo utilizado por los artistas conceptuales que deseaban documentar sus proyectos más radicalmente efímeros y antirretinianos. El fotógrafo Stephen Shore, que había trabajado en su adolescencia en el *Index (Book)*, había comenzado a tomar instantáneas artísticas independientes en ese mismo estilo documental. Pero una vez adoptado por un artista

plástico tan famoso como Warhol, ese estilo se granjeó de inmediato un pleno reconocimiento como una nueva forma de hacer fotografías.

Exposures tuvo, asimismo, un efecto importante en la evolución artística del propio Warhol. Le permitió revelarse por primera vez como el fotógrafo secreto que siempre había sido, desde que empezó a utilizar la cámara Brownie de la familia en sus años de colegial, pasando por sus instantáneas de fotomatón de comienzos de los sesenta, hasta que dio un uso fotográfico a la película de dieciséis milímetros para grabar a la pandilla de la Factory. Unos seis meses después de que Warhol publicara *Exposures*, los visitantes de su estudio, repleto de pinturas, oyeron una declaración que debió de haberles cogido por sorpresa: «Les dije que no creía en el arte, que creía en la fotografía».

Ya desde los años universitarios de Warhol, la mayoría de los dibujos y cuadros que realizaba habían estado basados en fotografías propias o ajenas. Este hecho le había permitido crear un arte que, en su nivel más profundo, consistía en la ostensión, esto es, en seleccionar simplemente un elemento del mundo y mostrarlo, sin ninguna otra pretensión artística. El puro, innecesario y nada práctico volumen de fotos que hizo de los travestis que posaron para su serie *Damas y caballeros* —y, para el caso, de muchos de sus modelos de retratos pagados— sugiere que los temas mismos eran para él tan importantes al menos como cualesquiera cuadros superventas que pudiera pintar para representarlos. Cabría argüir incluso que las pinceladas floridas y casi azarosas que plasmaba en sus lienzos, en su mayoría antes siquiera de que estos fuesen serigrafiados, eran una manera de señalar que toda aquella pintura era sencillamente el vacuo escaparatismo demandado por los clientes; podrían haber sido aplicadas de manera distinta —y así fue— sin que aquello supusiera ninguna diferencia real. Lo único que importaba de veras era la foto que se imprimía encima, como el «toque» final que convertía el caprichoso objeto en arte plástico digno de tal nombre.

Con *Exposures*, el objetivo fotográfico de Warhol de mostrar un objeto podía ocupar al fin un lugar central. El aspecto de haber sido tomadas con rapidez con su cámara de espía ponía de manifiesto que lo único que contaba en cada instantánea era el «qué» de su tema, no el «cómo» de las opciones estéticas de su fotógrafo. (Por supuesto, esa falta de estética de las fotos pronto se convirtió en una estética en sí. Se trataba de un aspecto deseable que duraría hasta bien entrado el siglo XXI, especialmente en las imágenes de moda de fotógrafos muy solicitados como Wolfgang Tilmans y Juergen Teller).

El «qué» que Warhol decidió presentar en *Exposures* eran la élite y la sociedad elegante que llevaba una década explorando en persona, desde poco después de que cicatrizaran los agujeros de bala en su

cuerpo. El libro tiene secciones dedicadas a Bianca Jagger, a Halston, al clan Kennedy-Radziwill y, por supuesto, a Studio 54. Pero uno de los aspectos más importantes acerca de la visión del mundo elitista que Warhol ofrece en *Exposures* es que él no está en dicho mundo, o solamente camuflado entre sus espectadores, a la manera de Zelig. Después de todo, rara vez lo vemos mezclarse con sus sujetos, ya que él es casi siempre quien se sitúa tras la cámara y observa desde la distancia. (Algunas de las fotos debieron de tomarlas en realidad sus empleados, pues él se distingue en los márgenes en unas cuantas de ellas, pero en el mundo de Warhol eso no varía la autoría: «Eran su cámara y su película. Así es como funcionaban las cosas en la Factory. La persona que apretaba el botón era solo un trípode para Andy», explicaba Christopher Makos, el fotógrafo que reveló en el cuarto oscuro muchas de las imágenes del libro y que podría haber disparado unas pocas). Las fotos de *Exposures* son de personas ricas, famosas o bellas, pero vistas a través de los ojos de un espectador que apenas acierta a mantener recta su cámara o a asegurarse de que sus sujetos no queden cortados por el borde de la imagen. Transcurridos unos meses desde la publicación del libro, el crítico de arte Peter Schjeldahl describía a Warhol como un «observador de los ricos» que desempeñaba un papel singular como testigo de los males de lo que él mismo ávidamente denominaba capitalismo tardío (es decir, senescente): «Su infancia en la clase baja lo volvió amoral como hombre e incorruptible como observador debido a su profunda indiferencia. No es preciso que nos guste para apreciar lo que nos brinda con su arte […]. Posee la terrible virtud de no importarle especialmente lo que sucede mientras, cámara y grabadora en mano, presencia todos los acontecimientos de su significativo microcosmos social».

En *Exposures*, el fotógrafo de ese microcosmos es uno de nosotros —una vez más, un tipo corriente— que contempla la alta sociedad tan boquiabierto como cualquier persona ajena de verdad. Ese no había sido el mensaje en las publicaciones de Warhol de los años sesenta; en el *Index (Book)* y el catálogo de Estocolmo él era el tema constante de las fotos, que habían hecho otras personas que no se cansaban de su extrema peculiaridad. Los libros de aquella década formaban parte de su autocreación como una celebridad excéntrica surgida del *underground*. Eso era justamente lo que empezó a deshacer en los ochenta, con su presencia en la pasarela o en los anuncios ordinarios de las revistas. De repente, era el tipo a quien pagaban por llevar la ropa, y solo por un par de horas, no el tipo que la compraba en Barney's. (Y esto sucedía en un momento en que podía permitírsela más que nunca).

Incluso en *POPism*, las memorias de Warhol de los años sesenta,

escritas por una autora fantasma y publicadas en 1980, la voz en primera persona es tan prosaica que da la impresión de que Warhol, el narrador apacible, es un observador remoto de sí mismo, el artista salvaje del que trata el libro. Incluso cabría afirmar que *POPism* pretendía afianzarlo como una figura de la cultura dominante en los ochenta, al menos tanto como pretendía retratar al vanguardista que había sido realmente unos quince largos años atrás. Tal vez por ello decepcionase a sus lectores *baby-boomers*, que tampoco en esta ocasión se lanzaron a comprar este último libro de Warhol. Querían poder revivir su fantasía de los años sesenta; no deseaban que les recordasen la prosaica realidad de los ochenta que estaba empañando sus gafas color de rosa.

La imagen de Warhol como un fascinado observador remoto —el personaje revelado tanto en *POPism* como en *Exposures*— apenas reflejaba cómo eran las cosas en realidad en el momento en que se escribieron ambos libros. Hacia finales de los setenta, nuestro artista estaba absolutamente integrado; era un célebre y adinerado asiduo en las fiestas, con cuya presencia quería contar Steve Rubell para garantizar el éxito de su club nocturno. Su viejo amigo Sam Green, comisario de arte de aquella primera panorámica de Filadelfia de 1965, recogió una pila de grabaciones de conversaciones telefónicas sobre chismorreos durante los setenta, en las que Warhol parece tan cómodo en el mundo elitista al que se había incorporado como cualquier otro. Pero no era esa la impresión que este deseaba ofrecer al mundo exterior. Quizá, como sucedía con tanta frecuencia con este artista, hubiera llegado a una constatación temprana de que los bellísimos jóvenes de las discotecas del centro estaban quedando demodés y de que, hacia 1980, los desvalidos con los pies en la tierra del East Village estaban a punto de reemplazarlos. El punk y los grafitis estaban tomando el relevo de Gloria Gaynor y un hombre en la luna esnifando cocaína.

En noviembre de 1979, justo cuando *Exposures* estaba cosechando sus primeras reseñas, sonaba el toque de difuntos para Studio 54:

STEVE RUBELL: ¿Entonces vas a venir a visitarme?
ANDY WARHOL: Oh, sí.
RUBELL: Deberías hacerme un retrato en la cárcel. Voy a ir.
WARHOL: ¿Por qué?
RUBELL: No tengo más remedio. He robado dos millones y medio de dólares al Gobierno. Pero me gustaría que hicieras un dibujo.
WARHOL: ¿Y dónde está todo el dinero?
RUBELL: Escondido en un apartamento de Nueva York.
WARHOL: ¡No! ¿Y no tienes que entregárselo?
RUBELL: Ellos no lo saben. Solamente creen que me he llevado dos millones y medio. A ti te encanta el dinero.
WARHOL: Oh, el dinero es divertido. Es divertido tener dinero, ¿verdad?

Es difícil saber qué podría haberle preocupado más a Warhol: el cierre de su club favorito o la idea de que alguien fuese a pasarse tres años y medio en prisión por defraudar impuestos. El dinero era divertido, pero también costaba trabajo conservarlo.

En mayo de 1981, Warhol estaba siendo fotografiado para un reportaje de revista delante de una nueva serie de serigrafías que había acabado recientemente. Se llamaban *Mitos* y mostraban diez figuras en teoría icónicas de la cultura estadounidense: Superman, Mickey Mouse, Santa Claus, la Bruja Mala del Oeste, y suma y sigue. ¿Y cuál fue la reacción de Warhol al ver las nuevas imágenes, según consta en su diario? «Estuve a punto de vomitar; parecían de los sesenta». No se equivocaba al sentir un poco de náuseas; todas ellas eran en realidad refritos de obras que había realizado casi dos decenios atrás. Parecía como si algún creador poco conocido hubiese leído una descripción de cómo ese célebre artista llamado Andy Warhol había creado una vez imágenes basadas en los iconos culturales de Estados Unidos y hubiese decidido entonces intentar emular el mismo concepto. La sorprendente intensidad de las *Marilyns* y los *Elvises* de Warhol se diluía hasta perecer en los *Mitos*, que carecen tanto de originalidad como de intensidad. La serie fracasa incluso en términos puramente visuales, pues no contempla la extrema consistencia que había vinculado todos los lienzos de cualquiera de las mejores series pop de Warhol (la misma que los había vuelto en ocasiones prácticamente intercambiables). El grabado de Superman de los *Mitos*, por ejemplo, es una repetición directa de una viñeta muy poco inspirada de un cómic de hacía poco, dibujada años después de que su héroe hubiera tenido una gran relevancia cultural; lo mismo sucede con la imagen de Mickey Mouse. (Nuestro artista había querido hacer *únicamente* personajes de Disney, lo cual habría ayudado mucho a compactar la serie, pero su marchante rechazó su idea). Por otra parte, el *Tío Sam* y *Mammy* estaban basados en fotografías recién hechas de modelos contratados para la serie, a fin de evitar los problemas de derechos de autor a los que Warhol se había enfrentado al utilizar las de otras personas. Y luego, también el grabado titulado *La estrella* era diferente, había sido creado en torno a una foto de época del personaje de Mata Hari interpretado en 1931 por Greta Garbo, que a la altura de 1981 difícilmente seguía siendo la «estrella» arquetípica. La única imagen que de veras sorprende, y que es muy potente, es una titulada *La Sombra*, que a todas luces retrata a un personaje llamado Lamont Cranston, el héroe de una radionovela sobre un justiciero millonario con el poder de volverse invisible

«nublando la mente de los hombres». Orson Welles había creado el personaje, a quien acompañaba el célebre lema «¿Quién sabe qué maldad acecha en el corazón de los hombres? La Sombra lo sabe». Este había sido uno de los programas favoritos de Warhol cuando era pequeño. Ahora bien, eso no convertía ni de lejos a la Sombra en un «mito» verdaderamente icónico de la cultura estadounidense; solo los mayores y los aficionados a la radio habrían sabido siquiera quién era en 1981. No obstante, el grabado sobresalía por ser con creces la imagen más poderosa y original de la serie, gracias al modelo que Warhol había elegido para posar como el héroe que nubla la mente de los hombres y conoce la maldad que anida en el corazón de estos. Ese modelo era él mismo, presentado en una imagen muy misteriosa que mostraba tan solo una franja de su rostro y luego una sombra alargada y distorsionada que se extendía desde él, en una evocación cercana de un famoso autorretrato del héroe de Warhol Marcel Duchamp. Invisible pero presente y poderoso, desconcertante pero heroico, icónico pero inaprensible: Warhol como Sombra era un perfecto encasillamiento.

«He tenido una pelea por teléfono con Ron Feldman, es un tipo horrible, no quería coger la serie completa de *Mitos*, solo quería quedarse con las imágenes específicas que se están vendiendo mejor, y me ha parecido que era horroroso y he acabado gritando, y yo odio gritar por teléfono», contaba Warhol en una entrada de diario del otoño de 1981. Ronald Feldman era el marchante de arte que había iniciado los *Mitos*. El año anterior había organizado una serie de pinturas y grabados titulada *Diez retratos de judíos del siglo XX* (Kafka, Einstein, Gershwin, Freud, etcétera), que era al menos un poquito más fuerte. Sin embargo, en 1983 patrocinó una serie sobre animales en peligro de extinción, mucho más débil aún. «Animales maquillados», los llamaba Warhol, quien creía que el trabajo de maquillaje que había ofrecido podría contribuir a la supervivencia de sus sujetos.

A principios de los años setenta, el marchante y el artista habían tenido tratos que implicaban algo de arte certificablemente vanguardista. A finales de 1973, por ejemplo, Feldman había organizado una panorámica de Marcel Duchamp en su galería, que ocupaba el viejo espacio de la Stable en el que Warhol había expuesto por primera vez en solitario en Nueva York. Este se había presentado allí como el más ávido de los coleccionistas, trocando un retrato con Feldman por una versión de 1964 del emblemático urinario de Duchamp. Unos años después, Warhol conseguiría que el marchante le proporcionase obras de uno de los sucesores más jóvenes de su héroe en el radicalismo, el artista de *performances* californiano Chris Burden. «Cuando expuse a Chris Burden, tuve dos compradores: Jasper Johns y Andy Warhol —recordaba Feldman—. Andy hacía *Sillas eléctricas*;

Chris Burden hacía que le disparasen. No existe una gran brecha entre ambos». Nuestro artista se sentía atraído por el marchante, según este, porque le mostraba el arte más desafiante, no solo de Burden sino también de Joseph Beuys y de Hannah Wilke. Durante las décadas siguientes, la galería de Feldman continuó exhibiendo algunas de las creaciones más políticas y agresivas del momento. Ahora bien, en lo tocante a los proyectos de Warhol iniciados por el marchante, salta a la vista que, por muy variadas que puedan ser sus imágenes en cuanto a tema y estilo, todas ellas convergen como los ejemplos más puros del arte negocio.

Las series de grabados que ayudaban a Warhol a ganarse el pan estaban bajo la supervisión especial de Fred Hughes, que se había convertido progresivamente en el jefe de la parte económica del estudio. Las ideas para los proyectos solían pasar por su filtro financiero antes de llegar a Warhol para su aprobación artística. «Yo nunca hablaba de dinero con Andy; hablaba de dinero con Fred», decía Anthony d'Offay, un marchante que expuso a nuestro artista en Londres en los ochenta. Cuando sugirió en cierta ocasión redondear un pago de quinientos treinta y un mil dólares que debía a medio millón, Hughes le contestó: «¿Quién cojones te crees que eres? Si eres un comerciante, llama a la puerta trasera».

Uno de los problemas de los proyectos de Feldman, y otros similares de la misma época, era que otros decidían buena parte de su contenido y de su estructura. «Tú me dices lo que he de hacer y yo lo haré», era el mantra que Warhol repetía a sus últimos marchantes, decía D'Offay, quien lo recordaba como «una escandalosa idea conceptual». Posiblemente lo fuera, pero también era la receta que no siempre era digna del arte de Warhol. Ya no acudía a las personas de su círculo en busca de la semilla de una idea; les dejaba regarla, podarla y cosecharla. Fue Feldman quien había insistido desde el inicio en que hubiera la máxima variedad dentro de cada proyecto en el que trabajaran, abandonando las repeticiones que eran tan esenciales en la concepción artística de nuestro artista. Y fue Feldman también quien proponía los temas de los proyectos y luego ofrecía a Warhol listas para que escogiera entre posibles judíos, mitos y especies en peligro de extinción. El marchante se encargaba incluso de encontrar la mayoría de las imágenes que el artista utilizaba como base para sus serigrafías.

Pero si toda esa delegación debilitaba la obra de Warhol como arte plástico, sin duda fomentaba su éxito como arte negocio. Supuestamente todos los *Judíos* se habían agotado antes de su primera exposición, en Miami. Al cabo de unos años, Feldman aseguraría haber vendido asimismo casi todo los *Mitos* y *Especies en peligro de extinción*, si bien se negaría a confirmar los cálculos de un periodista,

según los cuales Warhol habría ingresado en torno a cinco millones de dólares solo con esas series. «Gana mucho dinero», se limitaría a comentar el marchante.

Con todo, el papel de Warhol como multiplicador de beneficios no le ahorraba las dudas acerca de toda la empresa de Feldman, que expresó por teléfono a Hughes y reflejó asimismo en su diario, en el momento en que los *Mitos* debían salir a la luz pública: «He llamado a Fred a East Hampton y le he dicho que ha hecho un trato pésimo con Ron Feldman, que yo estaba con Leo Castelli, por lo que para empezar se suponía que yo no iba a exponer con Ron Feldman, y que al albergar una exposición mía de esas dimensiones haría famosa su galería, y que los cuadros eran demasiado grandes y demasiado espantosos».

Un poco después de la exposición de los *Mitos* de Feldman, Warhol visitó una serie de galerías llenas de estatuas de Henry Moore, un titán de la escultura británica moderna, pero no exactamente en la vanguardia en los ochenta: «Impresionante de veras. Unas cuarenta figuras gigantescas. Mis obras parecen insignificantes comparadas con aquello —confiaba Warhol a su diario—. Puede que sea muy conocido, pero estoy convencido de que mi producción no es buena».

Warhol se quejaba de que los críticos de *The New York Times* no reseñaran la exposición de los *Mitos*, pero probablemente debería estar contento de que no lo hicieran. El título del pequeño resumen de noticias publicado por el periódico rezaba «Una repetición de 1960». Justo un año antes, el crítico de *The New York Times* Hilton Kramer reseñó una exposición de los *Judíos* de Warhol en un museo, y la comparó con las «muchas aflicciones sufridas por el pueblo judío». Admitiendo que aquella debacle del mundo del arte no era exactamente lo mismo que el Holocausto o la destrucción del templo de Jerusalén, decía que la muestra era no obstante vulgar, que «apestaba» a comercialismo y que su contribución al arte era «nula». En esa ocasión, el antiwarholismo de Kramer no era solo la furia vacua de un reaccionario. Warhol, que había reconocido ignorar las críticas, al parecer se tomó aquella en serio. Tal vez estuviese más o menos de acuerdo con ella.

Incluso si los proyectos de Feldman reportaban unas ganancias sustanciosas, nuestro artista no podía comprometerse realmente con la vertiginosa premisa que subyacía a su concepción del arte negocio, a saber: la idea de que, por designio duchampiano, los éxitos comerciales podían llegar a contar como éxitos artísticos, y que un cheque de un marchante podía ser un excelente y fascinante *ready-made*.

En los ochenta, se diría que Warhol estuviese empezando a sentirse más oprimido que entusiasmado por su empresa comercial. Cuando un

entrevistador mencionó que conocía a una joven artista que hacía objetos, películas y vídeos y que tocaba también en una banda, él replicó: «Si no te implicas tanto en el negocio, puedes tener tiempo. Dado que nosotros tenemos un negocio, yo no puedo hacer todas las cosas divertidas que hacía en su momento». Un empleado le preguntó una vez por qué estaba encargando gafas antibalas, de entre todas las cosas, y él le dio una extraña respuesta, que suena como la de un adicto al trabajo: «Bueno, si resulto herido y conservo mis ojos, podré continuar trabajando». Cuando la misma persona le pidió que donase a alguna buena causa, él le explicó que creía estar trabajando para una «causa» cada día de su vida: financiando empleos para los «chicos» de su estudio. «Necesito estar lo más ocupado posible, haciendo pinturas; ellos son mi proyecto, los chicos son mi proyecto», decía.

Warhol no siempre parecía tan entusiasmado con ese proyecto. En 1986, un periodista le pidió que hablara del papel que había desempeñado como líder del grupo de la Silver Factory. «Es un papel negativo, para mí es negativo. No quiero hablar de cosas negativas», respondió el artista. «Bueno, ¿y qué hay de estos días, más felices, en la Factory actual? Ahora es usted el presidente de una corporación», repuso el reportero. «Es lo mismo», zanjó Warhol.

Buena o mala, la producción tenía que proseguir. A inicios de los ochenta, Warhol había adoptado toda suerte de medidas para ampliar la capacidad de su línea de producción, principalmente mediante la externalización. Mientras el número 860 de Broadway acogía la planificación y el diseño de todas las nuevas series, así como cualquier pintura de fondo que se requiriese, el serigrafiado mismo —ya fuese sobre lienzo pintado, ya sobre papel de grabado— se externalizó a un contratista llamado Rupert Jasen Smith, que había sustituido a Alexander Heinrici en los últimos años de los setenta. Smith era todavía un veinteañero que acababa de licenciarse en Bellas Artes, y vivía y trabajaba en un gran loft en Duane Street, en Tribeca, a la sazón un destartalado y peligroso barrio industrial. Smith dormía en un extremo del apartamento, cocinaba en el centro y supervisaba la impresión de Warhol en el otro extremo, en un espacio de trabajo donde reinaba el desorden, según un empleado suyo llamado Horst Weber von Beeren. El caos era «como un aborto en una mesa de cocina», decía este, que se encargaba del auténtico serigrafiado junto con otros dos diestros grabadores. Smith, que según Von Beeren era demasiado bajo para manejar la regleta mecánica, supervisaba desde lejos; más que nada, se ocupaba de los contactos con Warhol.

La ventilación era prácticamente inexistente en el loft, pese a las emanaciones nocivas de las tintas y los disolventes, e incluso en el más

caluroso día de verano Smith encendía la calefacción de la sala para que se secasen con más rapidez las obras, ya que Warhol andaba siempre apurado para despachar sus imágenes a marchantes y clientes. Según Von Beeren, tanto su jefe como nuestro artista habían urdido una elaborada farsa en virtud de la cual Smith introducía los lienzos todavía húmedos en las habitaciones traseras del estudio de Warhol, sin ser visto por el cliente, y acto seguido este los sacaba, «como si él mismo llevase siglos trabajando en ellos». En el caso de las obras en papel, nuestro artista apenas intervenía. Smith se presentaba en el número 860 de Broadway con el «acetato» preliminar (la película fotográfica con la que se hacía una pantalla de impresión) y, una vez que Warhol la había aprobado o había indicado modificaciones, él y su equipo sacaban docenas y docenas de pruebas de impresión en todas las combinaciones imaginables de colores y tintas. Curiosamente, «la señora Warhol» (como los grabadores llamaban a su principal cliente) telefoneaba con frecuencia y pedía tonalidades que había utilizado para sus obras pop más famosas: «Quiero el verde Elizabeth Taylor de 1965», decía, y en efecto los frascos de tinta se etiquetaban con los nombres de antiguas obras, como «rojo Sopa Campbell's» o «verde Marilyn». Las pruebas de impresión ofrecían toda una gama de posibilidades, a partir de las cuales Warhol escogía luego las combinaciones de colores que quería ver repetidas en la edición publicada, con la venta como objetivo principal, según Von Beeren. Aunque se suponía que Smith y sus grabadores debían destruir las pruebas no utilizadas, nuestro artista tenía toda la razón al sospechar que eso no siempre sucedía, o quizá solo rara vez. «Nosotros las considerábamos nuestras propias obras de arte, parte de nuestra creatividad», recordaba Von Beeren. El mercado para las pruebas de impresión de Warhol ha estado sumido en la confusión desde entonces, especialmente porque Rupert y sus colaboradores eran a menudo quienes firmaban las imágenes con el nombre del artista, unas veces con el conocimiento y la aprobación de este, pero otras veces no.

El equipo de Duane Street, la mayoría de cuyos integrantes tenían formación artística, podía desempeñar en ocasiones un papel relevante en la estética de Warhol de los años ochenta. A título de ejemplo, Smith fue el primero en salpicar las obras con «polvo de diamantes»; en realidad era vidrio esmerilado pegado a un lienzo para conferirle ese centelleo del Studio 54. Warhol tenía sus dudas acerca de ese gesto de Smith, que se le antojaba explícita y demasiado «artístico». (Aunque evocaba un bonito efecto, similar al que él había conseguido dos décadas antes, al pegar el reluciente papel de lija negro a las pinturas pop basadas en cajas de cerillas ampliadas a lo grande). Los tres hombres que realizaban la auténtica impresión para Smith tenían

algo más que dudas. Simplemente detestaban el material: «Estaba en tus zapatos, en tus ojos, en tu pelo», decía Von Beeren.

Sin esperar la aprobación de Warhol, Smith se tomó muchas libertades a la hora de aplicar sus destellos a una colección de naturalezas muertas de calzado femenino que Warhol le había encargado producir en 1980, y para las cuales el grabador había encontrado incluso el montón de zapatos en el que nuestro artista elegía su utilería. «Estoy haciendo zapatos porque estoy regresando a mis raíces. De hecho, creo que quizá no debería hacer nada más que zapatos a partir de ahora», decía Warhol, como si su adopción de una nueva clase de comercialismo para los ochenta le diera licencia para revisitar sus tiempos como un artista comercial de los años cincuenta que dibujaba calzado. («Él siempre rendía homenaje a los zapatos de I. Miller —recordaba uno de los compañeros posteriores de Warhol—. Siempre caminábamos por esa zona, la Quinta Avenida con la calle Cincuenta y siete, y siempre decía: "Ellos me dieron mi primer trabajo"»).

A medida que la producción de Warhol aumentaba, a Smith empezaba a entrarle cada vez más dinero, que este no cesaba de gastar en bebida, drogas y ligues, hasta el punto de que a veces no podía pagar el papel ni los salarios de sus empleados. Smith dirigía el negocio «como un dictador —según uno de sus serigrafistas más jóvenes—, gritando órdenes colocado, fuera de sí y borracho como una cuba». Algunas mañanas, cuando llegaban los grabadores para hacer su trabajo, él seguía inconsciente en la cama con su última joven conquista. Aunque Smith y Warhol eran compañeros frecuentes en el circuito de fiestas, el artista se había propuesto no aventurarse hasta el estudio de Smith en Duane Street, decía Von Beeren, en parte por temor a tener que asumir la responsabilidad de la nociva situación laboral en aquel lugar. Según uno de los trabajadores, el propio Van Beeren gustaba de fumar puros mientras sacaba grabados, con una lata de gasolina cerca como disolvente. Warhol era con frecuencia amable y considerado con aquellos que tenía cerca, pero en cuestión de negocios no le importaba externalizar su ética al igual que hacía con su producción.

«Warhol jamás atravesaba la puerta de aquel lugar. Se estaba convirtiendo en un fanático de la salud y nunca se habría expuesto a esos productos químicos», recordaba un trabajador que sí los respiraba.

Con algunos de sus tesoros.

48
1982–1983

LOS NUEVOS CHICOS DEL ARTE | WARHOL Y BASQUIAT | LAS PINTURAS DE RORSCHACH | COMPRAS Y COLECCIONISMO

«Me gustan todas las pinturas; es asombroso que esto siga adelante. Y la forma en que suceden cosas nuevas».

«Hay todo un grupo de chavales que hacen ese arte malo […]. Entonces llega Bruno y dice: "Yo lo compraré todo", y esos muchachos se acostumbran a manejar mucha pasta y no sé qué es lo que harán cuando todo termine. Bueno, pero para entonces habrá algo diferente, imagino». Warhol escribió esa entrada en su diario en el otoño de 1980, justo cuando un grupo de jóvenes artistas —que pronto serían «chicos» famosos como Keith Haring, Kenny Scharf, Julian Schnabel y Jean-Michel Basquiat— estaban cobrando protagonismo en el mundo del arte, entonces centrado en la nueva escena emergente en el East Village. Y lo que sucedía con esos muchachos, en lo que atañe a la vida y la carrera de Warhol, era que, pese a toda la «mala calidad» de su arte, él deseaba de veras ser uno de ellos. Lo había sido, más o menos, durante unos pocos años a principios de los sesenta, cuando logró fama internacional y una especie de fortuna con sus descubrimientos en el pop art. Si existía una fuerza configuradora de toda la vida y la psique de Warhol, esa era el deseo de volver a situarse en la vanguardia como casi ningún artista veterano ha logrado hacer. Su «para entonces habrá algo diferente» muestra una aguda conciencia de cómo un movimiento del arte moderno siempre había cedido el paso a otro —«cada quince minutos», cabría decir—, pero alimenta asimismo la promesa de que siempre habrá otra oportunidad de subirse al carro.

«Él estaba muy al corriente del panorama», decía un amigo mucho más joven, que recordaba haber ido con Warhol unos años antes a la inauguración del hipermoderno centro de arte PS1, y que le había presentado a algunos de los nuevos artistas del centro de la ciudad. Nuestro artista reconocía que el mundo artístico de principios de los ochenta era casi una repetición de los primeros años de los sesenta, al menos en lo concerniente a la explosión de publicidad y ventas, y deseaba formar parte de aquello. «Me ponía muy nervioso pensar en

todos esos chicos nuevos que se dedicaban a la pintura mientras yo andaba de fiesta en fiesta, así que pensé que debía ponerme manos a la obra».

Jeffrey Deitch, un marchante que llegaría a ser un importante defensor de los jóvenes rivales de Warhol, recordaba la fascinación del veterano. «Absorbía mucha energía de estos muchachos y siempre se sintió atraído por una visión juvenil. Te dabas cuenta de que su interés en ellos resultaba tremendamente significativo». Ese interés no estaba exento de crítica. Warhol veía que el arte que cultivaban esos jóvenes difería bastante de su carrera en el pop porque, según la mayoría de los estándares habituales de la historia del arte, era en realidad bastante conservador, a veces incluso reaccionario. En muchos casos revisitaba los valores estéticos consagrados, así como los tópicos, de la «autoexpresión», del «toque del artista», de la «autenticidad», de la «imaginación» y de la «inspiración»; todas las premisas artísticas convencionales de las que tantos artistas de los sesenta y los setenta habían estado intentando escapar. Warhol se quejó cuando el principiante Julian Schnabel —«hace malas pinturas […]. Es muy prepotente»— le pidió hacer su retrato, para el cual pretendía efectivamente que posase, como en un estudio de los viejos tiempos, aun cuando el desorganizado y «abstracto» resultado final sin duda no se parecería mucho al modelo. «Supongo que he de hacerlo porque desea la inspiración», decía Warhol, pronunciando esa última palabra con todo el desprecio.

«Está realmente decidido a ser una gran estrella», observó nuestro artista, y, tras una visita posterior al estudio de Schnabel, confesó que había sido la tarde más pretenciosa que jamás había pasado.

A juicio de Warhol, un conceptualista secreto y el mayor heredero de Duchamp, no ibas a llegar muy lejos como artista si no cuestionabas los principios más fundamentales de lo que es el arte y lo que pueden hacer los artistas. Esos eran los términos que hacían que su mejor obra contase como grande; también hacían que el arte de los nuevos chicos contase como «malo», al menos para Warhol y para cualquiera que compartiese sus valores. En el preciso momento en que nuestro artista descubría ese nuevo arte, normalmente etiquetado como «neoexpresionista» o pintura de la «nueva imagen», Benjamin Buchloh estaba pregonando su desmantelamiento definitivo. Este era el defensor más riguroso de la nueva historia del arte de aquella época, y no tardaría en convertirse en el más acérrimo seguidor de Warhol. «El espectro de la derivación y la falta de originalidad se cierne sobre toda tentativa contemporánea de resucitar la figuración, la representación y los modos tradicionales de producción», escribía Buchloh. Los recién llegados, aseguraba, se han granjeado la «aclamación instantánea» solo por «afirmar el *statu quo* bajo el disfraz

de la innovación».

No es que esas dudas impidieran que Warhol pusiera un pie en el nuevo movimiento. En términos artísticos, tenía una mentalidad abierta, como un capitalista de riesgo preocupado por no perderse una empresa emergente. De hecho, anteriormente, había comprado varias pinturas de George Condo, un neosurrealista del East Village que, solo por casualidad, había trabajado durante un tiempo imprimiendo Warhols para Rupert Jasen Smith. Cuando Condo expuso en solitario por primera vez en la nueva y prestigiosa galería de Barbara Gladstone, nuestro artista se presentó allí e incluso elogió la publicación que acompañaba la exposición: «Me pregunto si podría usar el mismo catálogo y simplemente cambiar el nombre de George por el mío», bromeó. Condo interpretó aquella ocurrencia sobre la autoría como una estrategia conceptual al estilo warholiano, y en efecto lo era. Pero se trataba asimismo de una respuesta típica del artista a un rival. Sonaba a cumplido, y tal vez lo fuese, pero es posible que también estuviese insinuando que lo importante era el simple éxito del arte, más que sus especificidades. Lo que Warhol estaba diciendo con aquello era que le habría gustado ver su nombre en esa exposición y ese libro tan a la última, pero no necesariamente por los objetos incluidos en ellos.

Warhol concertó una visita a Condo mientras este trabajaba: «¿Te limitas a acercarte a la pintura y haces lo que quieres? —exclamaba el artista mientras sacaba fotos de la escena—. ¡Yo jamás podría hacer tal cosa!». No podría hacerlo porque todo cuanto había aprendido acerca del arte contemporáneo le decía que era algo que no se debería hacer. Sus diarios están plagados de menciones a nuevas obras por las que claramente no sentía mucho respeto —los grafitis de «Pedro Picapiedra», de Kenny Scharf; las pretenciosas pinturas de Schnabel—, pero que aun así pensaba que debería comprar, al menos cuando su precio no se había puesto aún por las nubes, muy por encima de su presupuesto. Warhol registró en su diario su intento de comprar una obra de una exposición de Scharf: «Me figuraba que costaría entre cuatro y cinco mil dólares. Así pues, nos marchamos de allí y, cuando llamé más tarde tras habérmelo pensado, me dijeron que costaba dieciséis mil dólares. ¡Esos chicos hace nada estaban en las calles y ahora cobran esos precios!».

El mundo del arte «alternativo» que esos jovenzuelos estaban construyendo para ellos mismos en el East Village era extrañamente conservador y bastante descaradamente mercantil. Favorecía la idea de la galería comercial —por muy destartalada y administrada por artistas que estuviera— por encima de la financiación estatal basada en el principio de plena competencia y los «centros dirigidos por artistas» sin ánimo de lucro, que habían sido tan importantes para la

generación precedente del centro de la ciudad. Un observador hablaba de que anteponían una noción del «arte al subsidio de desempleo» —es decir, al Fondo Nacional para las Artes—, que recuerda de un modo extraño al manual de estrategias de Reagan. Ello debió de provocar a Warhol un curioso sentimiento ambivalente. Él estaba más vinculado que nadie al mercado artístico; su arte negocio dependía de este. Por otra parte, como un concepto duchampiano, el arte negocio, al igual que gran parte de su arte, no podría haber existido, y ni siquiera habría resultado legible, sin basarse en el arte conceptual vanguardista invendible.

Cuando un entrevistador intentó acorralar a Warhol para que hablase del nuevo arte figurativo que estaban haciendo todos aquellos chicos, nuestro artista se mostró cómicamente evasivo. «Para toda una nueva generación de artistas figurativos, usted es ahora una especie de Picasso —decía el periodista—. Muchos jóvenes artistas con los que hablo le nombran como una fuente de inspiración fundamental. ¿Qué piensa sobre este nuevo arte orientado a la imagen?». La respuesta de Warhol fue que le gustaba «todo el arte de Nueva York, es estupendo y hay mucho donde elegir […]. Hay tantos artistas buenos hoy en día que resulta muy difícil escoger solo un par de ellos». Y después escogió a dos jóvenes artistas, Lynda Benglis y Scott Burton, cuya obra claramente no figurativa era tan solo el desarrollo más reciente del viejo vanguardismo.

Warhol acabó conociendo a la mayoría de los muchachos prometedores de la nueva escena (casi todos ellos varones), pero el primero con el que intimó fue Jean-Michel Basquiat. Este había sido una especie de niño prodigio, nacido en 1960 en el seno de una familia de clase media. Había estado expuesto al arte y a la alta cultura desde temprano, pero la vida en casa era turbulenta (a su madre la ingresaban con frecuencia) y acabó dándose de baja de su escuela secundaria, artística y alternativa. Warhol había reparado en él por primera vez cuando era artista callejero y grafitero, como «el chico que usaba el nombre de “Samo” cuando se sentaba en la acera en el Greenwich Village y pintaba camisetas, y yo le daba diez dólares de vez en cuando y le enviaba al Serendipity para que intentase vender allí las camisetas. Era solo uno de aquellos muchachos que me volvían loco».

Al principio (y tal vez siempre) Warhol tenía miedo de Basquiat. Le indicó a un ayudante que no lo dejara entrar al edificio de Great Jones Street después de haberlo visto durmiendo a la intemperie en un portal cercano. Pero el hecho de que Warhol recordara el lema de los grafitis de Basquiat, «SAMO» (acrónimo de *same old shit*, «la misma

mierda de siempre»), podría significar que también le reconocía de inmediato como algo más que otro de «aquellos» chicos.

A diferencia de los otros grafiteros que estaban empezando a ser reconocidos como artistas por entonces, y que aspiraban sobre todo a lograr un aspecto y un estilo impresionantes en sus pinturas —uno de ellos se había hecho célebre cubriendo un vagón de metro entero con su versión de las *Latas de sopa* de Warhol—, Basquiat hacía simples garabatos de grafiti que estaban mucho más próximos al arte basado en textos o a la poesía pública, y habitualmente poseían un trasfondo político y crítico:

SAMO©, LA LLAMADA VANGUARDIA
SAMO©, COMO UNA ALTERNATIVA A «JUGAR AL ARTE» CON LA SECCIÓN «CHIC RADICAL» DE LOS FONDO$ DE PAPÁ,
(SAMO©) UN ALFILER CAE COMO UN OLOR PENETRANTE

Estas obras eran incluso colaborativas —SAMO era una «marca» compartida, adoptada por Basquiat y otro artista de secundaria llamado Al Diaz—, lo cual las situaba más aún al frente de la vanguardia izquierdista oficial, donde la disolución de la autoría individual era una preocupación de primer orden. (Warhol había estado tan preocupado con ella como cualquiera).

«Queríamos realizar alguna clase de proyecto de arte conceptual —decía Diaz—. Lo que estábamos haciendo era más parecido a los grafitis grecorromanos, escribiendo comentarios sobre el mundo que nos rodeaba y nos dejaba de lado. Pensábamos que íbamos un poco por delante en la vanguardia». Hacia 1980, el grafitero medio del metro no citaba la antigüedad clásica, ni menos aún utilizaba su cultura para ir «por delante» en la vanguardia del arte conceptual.

Cuando Basquiat comenzó a dejar su huella en el mundo del arte, los lienzos figurativos que estaba pintando eran en realidad menos novedosos de lo que habían sido sus escritos en los muros y más expresivos a la manera tradicional. Sus figuras de palo, sus caras rudimentarias y sus extraños escenarios eran garabatos, manchas y ataques a la manera clásica del falso inadaptado, con la que habían estado jugando los artistas modernos sofisticados (incluido Warhol en los años cincuenta) desde los tiempos de Picasso, Klee y Dubuffet. El propio Basquiat, más entendido en arte de lo que aparentó jamás, podría haber reconocido que su estilo era anticuado y un pelín tópico. Cuando le preguntaron por qué pintaba «como un niño rabioso», respondió: «Quieren a un sabio idiota, pues aquí tienen a un sabio idiota». No obstante, algo en él captó la atención de Warhol.

Cuando Warhol observaba a Basquiat, un chico negro, toxicómano, intrépido y precoz de las calles de Brooklyn, con un corte de pelo estrafalario y una actitud confiada, quizá se viera a sí mismo, tal como

fue en los años cincuenta, cuando intentaba por vez primera abrirse camino como artista plástico. Las diferencias superficiales son evidentes, pero las similitudes más profundas son más relevantes. Al igual que el joven Warhol, un virtuoso canalizador de Ben Shahn y Jean Cocteau, el joven Basquiat no estaba creando nada que contase como importante o audaz en términos estilísticos. Pero lo que tanto él como el Warhol veinteañero lograron fue coger un vocabulario visual establecido y usarlo para hablar de lo que era básicamente indecible en el mundo artístico convencional de su tiempo: la homosexualidad para el joven Warhol y la raza y su materialización como clase para Basquiat. El relativo conservadurismo de su estilo artístico lo convertía en el vehículo perfecto para el contenido, que tenía que mantenerse en secreto. Para ambos artistas, el estilo era lo que doraba la píldora. ¿O acaso era una cortina de humo que oscurecía la verdadera naturaleza contestataria de su arte? Fab 5 Freddy, un amigo negro de Basquiat del mundo del grafiti, recordaba que este idolatraba a Warhol antes de que ambos se conocieran siquiera. Decía que su extravagancia, como un estrafalario homosexual, le vinculaba automáticamente al estatus de inadaptado en el que estaban atrapados los negros.

La diferencia entre los destinos respectivos de Warhol y Basquiat resulta muy reveladora respecto de cómo habían cambiado las cosas en el transcurso de casi treinta años exactos. Para lograr el éxito en el mundo del arte plástico, tras un decenio intentándolo, Warhol tuvo que dejar atrás sus shahnismos y crear una clase de obra completamente nueva, sin el contenido homosexual con el que había contado antaño. Basquiat, en cambio, fue reconocido casi de inmediato en un mundo artístico menos reacio a la «alteridad» de lo que había sido en la época de Eisenhower. (El «otro» como concepto se estaba poniendo de moda al mismo tiempo que el joven grafitero). Ese mismo mundo artístico estaba más desesperado que nunca por encontrar nuevas existencias para su mercado, que se inflaba como un globo, incluso si ello implicaba dirigir la atención a figuras tan marginales como un chico negro de Brooklyn, incluso si en realidad no era de la calle.

O podría suceder que ese muchacho fuese menos capaz de resistir los halagos de los estamentos artísticos de lo que podía serlo un duro conceptualista sobreeducado, y que fuese menos probable que los rechazase. Para un nuevo tipo de coleccionista joven y no instruido (o instruido únicamente en los viejos clichés románticos del arte), Jean-Michel Basquiat, recién salido del banco del parque, era una propuesta mucho menos temible que Chris Burden, recién salido de las aulas universitarias. El de Brooklyn era ciertamente más sexy y también más fácil de vender.

La primera vez que se reunieron Warhol y Basquiat, después de sus primeros encuentros en la calle, fue en un almuerzo en el número 860 de Broadway, organizado por el ambicioso marchante suizo de nuestro artista, Bruno Bischofberger. Se trataba del mismo que había hecho que los «chicos» se acostumbraran a manejar mucha pasta y, según aquella temprana entrada del diario de Warhol, que ahora se dedicaba a enriquecer a Basquiat, también según este. Bischofberger y él tenían un trato en virtud del cual Warhol haría un retrato de cualquiera de los nuevos artistas del marchante suizo a cambio de una obra de estos. Aquella tarde, tomó instantáneas de Basquiat con su Polaroid para cumplir su parte del acuerdo con un rápido trabajo de serigrafiado, pero el joven artista se le adelantó al instante. En lugar de quedarse a almorzar, se marchó junto con Warhol y una de las instantáneas y, como recordaba nuestro artista, «a las dos horas llegó un cuadro, todavía húmedo, de él y yo juntos».

Ahí estaba Warhol, un veterano y asesino de la pintura que había declarado recientemente su paso a la fotografía, forzado a tratar una vez más con la pintura húmeda. En una entrevista concedida justo el año anterior, se anunciaba todavía como uno de los odiadores originales y más comprometidos de este medio, diciendo que solo había regresado a la pintura después de recibir los disparos porque era más fácil trabajar en ella que en otros medios. Y más tarde, a mediados de los ochenta, estaba sugiriendo, con cierta confusión, que tal vez se hubiera equivocado al descartar la pintura: «Me gustan todas las pinturas; es asombroso que esto siga adelante. Y la forma en que suceden cosas nuevas».

Como lo más novedoso de las «cosas nuevas» que sucedían en los ochenta, el joven pintor Basquiat se le antojaría a Warhol simplemente irresistible. En el transcurso de los años siguientes, ambos hombres llegaron a ser compañeros frecuentes y colaboradores ocasionales, salvando una diferencia de edad de treinta años y una brecha aún mayor en cultura y trayectoria. O tal vez esa brecha cultural no fuese de veras tan grande. Cada uno de ellos se había criado en un barrio periférico de una gran ciudad, había sido alentado por una madre ambiciosa que reconocía su temprano potencial artístico, había frecuentado un museo enciclopédico especialmente dedicado a la educación cultural de las masas —Basquiat había sido un asiduo del Museo de Brooklyn— y había adoptado un disfraz de inadaptado como parte del personaje artístico que se había forjado con gran esfuerzo. Andy el Andrajoso y el Jean-Michel harapiento podrían haber sido cortados por el mismo patrón. Incluso la obvia diferencia de raza quizá fuese menos relevante de lo que parecía. Los primeros ensayos de Warhol como un ruteno homosexual en Pittsburgh quizá lo ayudaron a hacerse una idea de lo que habría comportado ser negro

para un Basquiat que había crecido en Nueva York, especialmente como un artista «afroamericano» que tenía de hecho orígenes haitianos y puertorriqueños: casi un inmigrante tan intruso como Warhol.

Nuestro artista podría haberse percatado incluso de que él y su nuevo colega eran tan importantes por sus profundos actos de autocreación —simplemente por quiénes eran— como por cualquiera de los objetos artísticos reales que creaban. Se habían convertido en ejemplos vivientes de la clase de «escultura social» que el artista alemán Joseph Beuys había estado proponiendo como sustitución de los objetos tradicionales del arte occidental, que habían quedado obsoletos a fuerza de repetición. Las obras respectivas de Beuys y Warhol cruzaron caminos ya en 1972, también en la excelente compañía de Duchamp, y ambos hombres se habían conocido finalmente en la primavera de 1979, en una exposición en Dusseldorf de los sexis *Torsos* de Warhol. Más tarde ese mismo año, nuestro artista hizo el retrato del alemán en Nueva York, que embelleció con un halagador «polvo de diamante», aproximadamente por la época en que habría estado suministrando a Basquiat esos primeros billetes de diez dólares. Los dos nuevos viejos maestros se profesarían una profunda admiración mutua durante el resto de su vida. Warhol se ofreció espontáneamente a ayudar a financiar el proyecto de los *7,000 Oaks* de Beuys en Nueva York y este se lo agradeció con «amor eterno». Pese a todas las diferencias de su arte respectivo, Basquiat y Beuys pueden considerarse sendos referentes para Warhol mientras este intentaba hallar su camino en los ochenta.

Basquiat había salido con Warhol un día de otoño de 1982, unos meses después de su primer almuerzo, cuando se llevó la mano al bolsillo y se ofreció a devolverle los cuarenta dólares que creía deberle de los tiempos en que vendía camisetas, «y yo le dije que no hacía falta y me sentí avergonzado; estaba sorprendido por haberle dado solamente eso, pensaba que había sido más», según contaba nuestro artista. Tenía que haber sido más, y haber permanecido en el bolsillo de Basquiat si Warhol aspiraba a mantener su estatus de personaje ilustre en su relación, algo que resultaba cada vez más difícil a medida que el joven iba haciendo valer sus méritos. Cuando nuestro artista hizo el retrato de Basquiat, supuestamente a cambio de la pintura «húmeda» que este le había entregado, serigrafió su imagen encima de una de sus *Oxidaciones* de color verde cobrizo, la única ocasión en que Warhol hizo semejante fusión. (Véase el encarte en color). Fue el propio Basquiat quien había solicitado ser retratado encima de aquella orina, pero es difícil no interpretar el cuadro como alguna clase de desafío al joven, o de declaración sobre él, como primera finta de Warhol en el concurso de meadas que siempre subyació a su amistad.

Nuestro artista llegó a ver, como espectador y a veces compañero, cómo Basquiat volaba para exponer en Europa, esnifaba montañas de cocaína y empezaba a pintar vestido de Armani. (Sombras del joven Warhol salpicando sus trajes de Brooks Brothers; el de Brooklyn ya se había presentado con chaqueta y corbata de alta costura a aquella primera comida con él). Contaba nuestro artista que las drogas hicieron un agujero en la nariz del joven y también en su presupuesto.

Warhol tenía un asiento de primera fila para contemplar buena parte de esa extravagancia gracias a Paige Powell, una nueva empleada con la que intimó en *Interview*. Ella se había ganado su respeto vendiendo espacio publicitario a nuevos clientes inverosímiles, como las cámaras Hasselblad y el zumo de lima Rose's; había aspirado a vender anuncios asimismo a un fabricante de condones, pero Fred Hughes rechazó la idea. Powell vivía a la vuelta de la esquina de Warhol, lo cual contribuyó a estrechar su vínculo, y llegaron a pasar mucho tiempo juntos durante los años siguientes, tanto de trabajo como de ocio.

Aunque Powell había entrado a *Interview* directamente desde la universidad de Portland —«jamás habían conocido a nadie de Oregón; yo era como una alienígena»—, a los pocos días de su llegada se implicó en la promoción del mundo de los grafitis del Bronx. Pronto empezó a salir con Basquiat, lo cual resultó ser una ardua empresa.

«Yo era completamente huraño, trabajaba mucho, tomaba muchas drogas —admitiría Basquiat unos cuantos años después—. Era horrible con la gente».

Por muy tormentosa que resultase ser la relación con Powell, esta mitigaba el temor inicial de Warhol hacia Basquiat, según recordaba la muchacha: «Yo era una especie de conducto por el que circulaban las cosas entre ambos». Warhol solía unirse a ellos cuando quedaban para cenar, decía, actuando como una extraña mezcla de jefe, mentor y amigo. En el momento en que Basquiat se planteó pedirle a Paige que se casara con él, sintió incluso la necesidad de solicitar a Warhol que aprobara el enlace. «Solo si ella sigue trabajando para la revista *Interview*», fue la extraña respuesta del artista, bien como un modo de asegurarse de seguir estando involucrado con la pareja, bien simplemente porque temía perder a una buena empleada.

Llegados a cierto punto, decía Powell, se impuso la amistad entre ambos hombres y la dejaron de lado. Keith Haring recordaba que Warhol y Basquiat «hacían ejercicio juntos, comían juntos y reían juntos». También pintaban juntos en el estudio del número 860 de Broadway, o al menos en los mismos espacios de aquel lugar, si no siempre al mismo tiempo. Durante varios años de comienzos de los ochenta, Basquiat se unió a los «habituales» de Warhol, que incluían en ese momento al viejo coleccionista Stuart Pivar, al joven y sórdido

fotógrafo Christopher Makos y a la propia y excéntrica Paige Powell. («Paige está completamente loca, se ríe en alto sin ningún motivo. Yo la incluiría en la categoría de la esquizofrenia», anotó Warhol en su diario). Otros asiduos eran Hughes, Fremont, Hackett y Jon Gould, sin mencionar a acólitos menores como Victor Hugo o a Todd Brassner, el joven coleccionista de Warhol y su compañero especial en la caza de relojes de época. Todos esos planetas que giraban en torno a Warhol tenían órbitas distintas, que tan solo se alineaban de vez en cuando. Basquiat en particular parece haber recorrido un camino errante básicamente propio, cruzándose con el de Warhol en momentos impredecibles, pero agradeciendo cada aparición de este.

Un día de otoño de 1983, cuando Basquiat se presentó casi sin previo aviso en el aeropuerto Kennedy para viajar con Warhol a Milán, al veterano se le antojó «totalmente loco, pero lindo y adorable», a pesar de que había «mocos por todas partes», pues el joven se sonaba la nariz en bolsas de papel.

Al menos Powell le estaba haciendo ocuparse de su olor corporal, decía Warhol, comentando de nuevo un «defecto» de Basquiat que nunca dejó de reaparecer en sus diarios. Una entrada desde Milán indica bien la perfecta comprensión que tenía nuestro artista del joven, bien su desconocimiento absoluto y peligroso: «Jean-Michel se presentó y me dijo que estaba deprimido y se iba a suicidar. Yo me reí y le dije que eso era solo porque llevaba cuatro días sin dormir y, al cabo de un rato, volvió a su habitación». Al día siguiente, contaba Warhol, «encargó» a su joven amigo (¿o asistente?) que pintara retratos en platos para repartirlos a los invitados a una cena. Cuando era casi la hora de marcharse de Milán, Basquiat se quedó para estar con sus jóvenes colegas artistas Keith Haring y Kenny Scharf, que habían volado hasta allí con motivo de unas apariciones prominentes en el mundo de la moda. Diez días después, esta fue la única entrada en el diario de Warhol para ese día, al menos tal como se publicó: «Apareció Jean-Michel y le abofeteé en la cara. (Risas). No estoy bromeando. Bastante fuerte. Quedó un tanto conmocionado. Le dije: "¿Cómo te atreviste a dejarnos tirados en Milán?"».

En la época del viaje a Milán, Warhol había alquilado a Basquiat las dos plantas de su propiedad en Great Jones Street como estudio y vivienda, por la respetable suma de cuatro mil dólares mensuales. Pero incluso entonces nuestro artista albergaba sus dudas:

> Me llamó Jean-Michel. Quería filosofar un rato, así que vino a casa y charlamos. Tiene miedo de ser flor de un día. Le he dicho que no se preocupe, que no lo será. Pero entonces me he asustado porque ha alquilado nuestro edificio en Great Jones y ¿qué ocurrirá si es en efecto flor de un día y no tiene dinero para pagarme el alquiler?

El nuevo arreglo permitió a Warhol asimilar la escala del súbito crecimiento de Basquiat, que hacía parecer insignificante su primer ascenso como artista pop. Incluso mientras el joven estaba pagando aquella cantidad por Great Jones, al menos durante el año siguiente conservó asimismo la habitación del Ritz en la que había estado viviendo. Ello le dejaba todavía los fondos para encargar a un arquitecto una mesa enorme de hormigón, que prácticamente llenaba la pieza principal de Great Jones. (Warhol decía que la mesa medía quince metros de largo, pero nunca veía un número que no quisiera exagerar). Y cuando el joven se cansó de su mesa, la rompió en pedazos.

Esa era la otra cara de Basquiat de la que Warhol llegó a ser testigo: una caída en el caos y en la mugre doméstica. No se aseaba lo suficiente, su vivienda de alquiler era una pocilga que compartía con un amigo de las calles que consumía marihuana nada más levantarse. Pero nada de eso sacudió la fe de Warhol en el potencial artístico de Basquiat. Tan considerable era que le llevó a aceptar la idea de Bischofberger de que ambos artistas deberían colaborar en cuadros compartidos: primero trabajaron junto con un tercer miembro del grupo de la nueva imagen del marchante Francesco Clemente y, posteriormente, sin contárselo al suizo, produjeron pinturas como una pareja artística de edades muy dispares. Warhol llegó a conseguir para ambos un encargo remunerado conjunto para una ilustración de Año Nuevo para *Vogue*. (Aunque la pintura nunca llegó a publicarse. «Su tema, dentaduras y calaveras, era un tanto deprimente», explicaba la gran editora Anna Wintour en sus disculpas a Basquiat).

«Pintar con Jean-Michel no era tarea fácil —recordaba Haring—. Tenías que olvidar cualesquiera ideas preconcebidas de propiedad y estar preparado para que pintase en cuestión de segundos encima de cualquier cosa que hubieses hecho […]. A Andy le encantaba la energía con la que Jean erradicaba totalmente una imagen y realzaba otra». Había en ello un poco de antiarte, que Warhol comprendía.

El emparejamiento de su estrella más establecida con uno de sus astros más recientes debió de antojarse a Bischofberger una apuesta casi segura, al menos en lo tocante a las ventas, aun cuando no está claro que aquello tuviese mucho sentido en términos artísticos. Una vez concluido el trabajo entre Warhol y Basquiat, a principios de 1985, las mezclas resultaban demasiado inconexas para encajar verdaderamente con el expresionismo del joven, que se basaba en las ideas tradicionales de una estética coherente a lo largo y ancho del lienzo. Encajaban mejor con los valores del conceptualismo de Warhol, o incluso con el impulso dadaísta hacia la destrucción creativa y la incoherencia deliberada. Había algo casi azaroso y cageano en el contraste entre los estilos de ambos artistas —como el

solapamiento de las radios aleatoriamente sintonizadas y los reclamos de patos que Cage había producido en televisión en 1960—, más en aras de la comparación misma que de la belleza de la «música» creada.

El problema estribaba en que, en esos términos, la contribución del artista más joven se convirtió en la última producción artística de Warhol, el conceptualista; llegó a ser un *ready-made* que él podía «rectificar» a su antojo, como habría dicho Duchamp. Aunque la colaboración era en abstracto un interesante concepto casi vanguardista, no engranaba bien con las pretensiones de esos artistas. Se trataba de un concepto demasiado avanzado para Basquiat y demasiado obsoleto para Warhol, y no acertaba a unir a ambos.

En las palabras que escribió un crítico de *The New York Times* en una reseña notablemente mordaz de su colaboración publicada en septiembre de 1985: «Los historiadores del arte pueden ser capaces de relacionar esta manifestación con la poesía automática escrita en conjunto por ciertos surrealistas», en los años treinta, «pero aquí y ahora dicha colaboración parece una de las manipulaciones de Warhol […]. Basquiat, mientras tanto, da la impresión de ser un accesorio demasiado dispuesto». O una «mascota», como también lo describía el crítico en cuestión. «¡Oh, Dios mío!», fue la respuesta de Warhol al leer la primera edición del periódico del viernes a altas horas de la noche del jueves, antes de que la mayoría de la gente se despertase y la encontrara en la entrada de su casa.

Al parecer, esa crítica feroz habría llevado a Basquiat a poner distancia entre Warhol y él. Puede que se percatase de que el crítico había dado en el clavo, especialmente porque la exposición de aquellas obras no logró venderlas. «Hace un mes que Jean-Michel no me llama, así que imagino que esto se ha acabado de veras», diría Warhol avanzado aquel otoño, sonando como un amante rechazado.

La ruptura entre ambos hombres nunca fue completa; en el caso de nuestro artista, esas rupturas raramente lo eran. (Ni siquiera Paul Morrissey y Gerard Malanga desaparecieron del todo de su vida). Basquiat continuó ocupando el estudio de Great Jones Street hasta la muerte de Warhol e incluso otro año más, hasta aquel día de agosto de 1988 en que su última novia le encontró en el suelo junto a su cama, derribado por un cóctel de cocaína y heroína.

«Cogí un taxi hasta casa de Keith Haring (8,50 dólares). Había pintado unos chicos preciosos, como Li'l Abner y Daisy Mae, con pendientes y una divertida ropa punk». Entradas de diario como esta nos permiten hacernos una idea de que lo que más le interesaba a Warhol de los «chicos» del mundo del arte de los ochenta no era tanto su obra cuanto el nuevo ambiente que la rodeaba. Este era la última «escultura

social», y nuestro artista estaba ansioso por coleccionarla. Podía vérsele visitándola en las galerías emergentes del East Village, así como en los agrestes locales nocturnos como el CBGB, el Mudd Club y el Pyramid Club, con sus vibrantes espectáculos de *drag queens* y sus concursos de bóxers mojados. Un nuevo ayudante llamado Benjamin Liu era el responsable de «introducir a Andy en la escena del centro», decía uno sus personajes. El muchacho conocía a Haring y a Scharf, que empezaron a aparecer por el estudio de Warhol y ayudaron a incorporar una pandilla más joven a las salidas nocturnas del artista. Lo que no hicieron fue obrar ningún cambio significativo en su arte. Puede que hubiera cierto expresionismo superficial y sobre todo irónico en los retratos y grabados comerciales de Warhol, pero el artista establecía una clara distinción entre estos y las obras «personales» que también creaba, que eran tan absolutamente geniales y conceptuales como cualquier trabajo precedente. Poseían la inteligencia y el peso de las primeras *Cajas de Brillo* o las obras para colorear siguiendo los números, así como su total sofisticación, sin repetir en realidad ninguna de las maniobras del pop art de Warhol.

En 1983, cuando nuestro artista andaba en busca de ideas frescas, un nuevo ayudante llamado Jay Shriver le sugirió hacer pinturas basadas en los famosos tests de personalidad de Rorschach, a la sazón muy utilizados todavía por los psiquiatras. Warhol aceptó la propuesta y decidió hacer sus propias manchas en lugar de realizar variaciones sobre el conjunto estándar que los médicos mostraban a sus pacientes. (En realidad, había pensado erróneamente que el test de Rorschach consistía en hacer que los pacientes pintasen sus propias manchas. Al imaginárselos en su propia piel de artista, concebía a aquellos pacientes como pintores expresionistas abstractos que revelaban con avidez sus estados internos). Con el objetivo de ver si las manchas, del tamaño de una página, «podían funcionar bien en grande», Warhol y su equipo (prácticamente todo aquel al que pudiera reclutar) aplicaban un charco de pintura diluida sobre la mitad de un lienzo enorme; acto seguido lo doblaban por la mitad y lo estrujaban con rodillos caseros. Una vez desdoblada, la obra terminada exhibía una mancha fantástica y simétrica que se extendía desde el medio. (Véase el encarte en color).

«Trabajaba realmente duro para hacer que parecieran interesantes. No era una tarea fácil», contaba Warhol, al tiempo que admitía que las piezas podrían haber sido igual de buenas sin tales esfuerzos. Shriver decía que cada vez que salía algo mal en la ejecución de una obra, nuestro artista tenía una frase que lo arreglaba: «Bueno, eso forma parte del arte». Eso abarcaba incluso obras que Warhol sabía que un día se desintegrarían porque habían sido realizadas con una técnica dudosa.

Aunque la sugerencia de las pinturas de Rorschach de los años ochenta pudo haber provenido de Shriver, la idea hundía sus raíces en la historia del propio artista. Durante los años cuarenta, en la escuela de arte Warhol y sus compañeros habían tenido que hacer sus propias manchas a la manera de este test de personalidad, y también aparecía una entre las poquísimas ilustraciones que había en su libro de texto de psicología, que la anunciaba como «realizada por el autor conforme a los mismos principios». (Al igual que los *Rorschachs* de Warhol a los que precedía aquella ilustración «casera», esta tiraba por tierra toda la idea del conjunto de Rorschach auténtico, que estaba estandarizado de suerte que fuese posible comparar las respuestas de diferentes pacientes a las mismas imágenes. Probablemente, el manual de psicología no pudiese permitirse pagar los derechos de reproducción de una de las manchas oficiales). En los años cincuenta, el antiguo asistente de Warhol Nathan Gluck había experimentado con este estilo de manchas como una forma artística, y más tarde había regalado un libro entero de ellas a su jefe, quien ya había experimentado con sus propias abstracciones con imágenes plegadas. Y después, más recientemente, el viejo amigo de Warhol Joseph Cornell había probado a convertir en arte la idea de Rorschach en 1971, el año antes de morir.

Como de costumbre, sin embargo, los significados cambiaron drásticamente una vez que Warhol adoptó las manchas. En las manos del hombre que había contribuido a reintroducir las imágenes en el arte de posguerra, los patrones de Rorschach se convirtieron de inmediato en declaraciones acerca de la abstracción y su ruina, acerca de la pintura y sus escollos. (Un par de años antes, Warhol había pedido un presupuesto de una máquina de pintura automática cuyos inyectores podían distribuir pigmento en 65.025 puntos escogidos aleatoriamente sobre un lienzo; los cincuenta mil dólares que costaba hicieron que jamás llegara a fabricarse). Los *Rorschachs* eran muy tontos y torpes (tan solo un montón de grandes salpicaduras que podría hacer cualquier niño) y, al mismo tiempo, todo lo sofisticados que podía ser una pintura. Eran una destilación de la idea misma de «interpretación». Cabría decir que representaban todas las demás obras de arte que podríamos ser invitados a «leer».

«Los *Rorschachs* son una buena idea —le comentó Warhol a un entrevistador—, y hacerlos implica que tengo que dedicar algún tiempo a escribir lo que veo en ellos. Eso los volvería más interesantes, si fuera capaz de escribir todo lo que leo». El artista dijo eso mismo a otras personas, a veces añadiendo que sería más feliz aún contratando a alguien para que hiciese la interpretación en su lugar, a la manera como Allen Midgette había dado conferencias haciéndose pasar por él: «Lo único que yo veía era una cara de perro o algo

parecido a un árbol, un pájaro o una flor. Otros podrían ver muchas más cosas».

El intento de «leer» los *Rorschachs* conllevaría tomarse en serio en cierto modo sus patrones como productores de sentido, sugiriendo al mismo tiempo la posibilidad de que todas las lecturas del arte sean libres y casi arbitrarias. Si Warhol no hubiera estado demasiado ocupado ganándose las habichuelas para llevar a cabo su idea, las interpretaciones que generó habrían convertido sus nuevas «abstracciones», que podrían aparecer muy bien como objetos puramente visuales, en la clase de arte basado en textos y en profusas investigaciones, incluso antirretiniano, que los posmodernos más en la onda estaban cultivando. En los años ochenta, las escuelas de arte avanzadas a lo largo y ancho de la nación estaban profundizando en el psicoanálisis y en el lenguaje; en su complejidad y erudición, por no mencionar su jubiloso ingenio, los *Rorschachs* de Warhol seguían el ritmo de los académicos y quizá incluso los dejaban atrás.

De algún modo, no es de extrañar que Jasper Johns, ese otro gran pensador no parlante, fuese la única persona capaz de mostrar interés en las nuevas pinturas. Según Shriver, este hizo un esfuerzo especial para ver los *Rorschachs* de Warhol y luego se agenció un par de ellos en un intercambio.

Los *Rorschachs* ofrecen una hermosa ilustración de cómo la mente de nuestro artista estaba constantemente a la caza de la solución más extraña y paradójica para cualquier problema. En sus mejores momentos, Warhol no solo pensaba con creatividad al margen de toda convención; pensaba fuera de cualquier universo artístico regido por las leyes de la física. Warhol deseaba en todo momento crear obras para un mundo en el que *x* y *no x* pudieran ser verdaderas al mismo tiempo.

«¿Cómo podrían ser malas pinturas?», pensaba en voz alta nuestro artista cuando un periodista le preguntó por sus *Rorschachs*. La «mala» pintura, de una u otra índole, era el ambicioso objetivo que Warhol se había fijado siempre. Era fácil hacer «buenas» pinturas, esto es, cuadros que fuesen exactamente como los *Rorschachs*. De hecho, era imposible emborronar una que no saliese «bien», lo cual implicaba que había demasiado poco en juego en la mancha. «Lo que quiero decir es cómo puedo lograr que estas parezcan malas. Cómo puedo conseguir que parezcan diferentes de los tests de Rorschach sin dejar de ser lo mismo. Transformarlas y que parezcan iguales. Pero tiene que existir un modo. ¿Qué tal un cuadrado completamente negro? Esa es una idea… un cuadrado negro plegado». Sería sin duda un *Rorschach*, pero sin nada de la apariencia distintiva de las manchas del psiquiatra. Y ese no *Rorschach* final habría sido asimismo una variación sobre el pionero *Black Square* de 1915 de Kazimir Malévich, el icono sagrado

de la abstracción que dio origen a toda obra reduccionista posterior. Por desgracia, Warhol jamás lo advirtió. Otro lo haría. Contaría como un cuadro de nuestro artista genuinamente póstumo y, por ende, en la simple extrañeza de ese concepto, como una obra suya muy auténtica. Concordaría a la perfección con el funcionamiento de la mente y el arte de Warhol.

Extrañas y confusas colaboraciones con un jovenzuelo toxicómano, no encargadas y muy probablemente invendibles.

Ídem en el caso de los montones de gigantescas manchas de Rorschach.

Si Warhol creía que gozaba de la libertad para dedicar el tiempo a semejantes proyectos «personales», con la desaprobación empresarial de Fred Hughes, era porque jamás en su vida había visto entrar tanto dinero a espuertas. Un estado financiero correspondiente a 1981 muestra que su arte le reportó unos beneficios netos de un millón setecientos mil dólares ese año, sin incluir impuestos, con unos ingresos brutos que casi duplicaban esa cantidad. A pesar de las malas críticas, la reciente exposición de retratos del Whitney parece que atrajo a infinidad de nuevos modelos al estudio de Warhol. Y por una vez no tuvo que gastar nada de esos honorarios para rescatar *Interview*, que al fin había declarado unas pequeñas ganancias. Nuestro artista calculaba que su patrimonio neto rondaba los veinte millones de dólares. A inicios de 1982, la revista de negocios *Forbes* dedicó un número entero a una nueva clase de artistas millonarios que estaba naciendo por entonces, y reservó un lugar destacado a una foto de Warhol.

La reciente fortuna de nuestro artista no solo le granjeó más tiempo para cultivar su arte, sino que también le reportó más cosas que nunca. Sin la presencia de Johnson como llamada a la moderación, las compras de Warhol se tornaron rotundamente maniacas. Tras su muerte, se encontraron habitaciones enteras de su casa casi bloqueadas del todo por bolsas de compras todavía llenas de adquisiciones en apariencia aleatorias. Comenzaron a abarrotar su casa en los primeros años ochenta, e integrarían en su momento los 3.371 lotes de artículos subastados del patrimonio de Warhol. Y esos eran únicamente los objetos que parecían tener algún valor de reventa.

Una compra típica que podría no haber sido lo que se dice revendible llegó en el verano de 1982, cuando Warhol visitó una «tienda de dientes», como él la llamaba, que Jay Shriver había descubierto en las alturas de un edificio de Chelsea. El artista gastó casi quinientos dólares en un suministro de por vida de antiguos

modelos dentales y moldes de dentaduras, incluida una gigantesca colección de dientes de aluminio que parecen casi pop art (y que desaparecieron).

Adquisiciones similares se efectuaban la mayoría de las mañanas entre semana y especialmente todos los domingos, cuando Warhol quedaba con su amigo coleccionista Stuart Pivar, jubilado no hacía mucho del negocio del plástico. Justo después de la preceptiva visita del artista a la iglesia, la pareja se dirigía a los mercadillos y bazares de antigüedades de la ciudad, por no mencionar todas las ferias de regalos, muestras de baratijas y otras exposiciones que se celebraban en el centro de convenciones de Nueva York. Es probable que la visita a la iglesia de Warhol le inculcara el gusto por lo inmaterial que necesitaba antes de zambullirse en los bienes materiales; si bien ese ritual ponía de los nervios a Pivar, porque les hacían perderse las oportunidades de que gozaban los madrugadores en los bazares de antigüedades.

Pivar recordaba a su amigo como un comprador penosamente lento, que se tomaba su tiempo con cada tarro de galletas, cada pasador de plástico o cada rara cesta india que se cruzaba en su camino. «Sus ojos eran lupas», decía al describir cómo Warhol se quitaba las gafas para escudriñar con minuciosidad todos los objetos con los que se topaba, sosteniéndolos a escasos centímetros de sus ojos, extremadamente miopes.

En los años ochenta, Pivar presentó a Warhol todas las flamantes oportunidades de compra de arte del siglo XIX, por entonces pasadas de moda e infravaloradas. Ninguno de los dos estaba demasiado interesado en los cuadros realistas ni impresionistas, cuyo valor y cuyos precios venían acreditados por la historia del arte establecida (aunque puede que un paisaje de Courbet de cien mil dólares fuera la posesión más valiosa de Warhol). Era más probable que la pareja fuese en busca de los lienzos sentimentales e impecables de los académicos victorianos o de los pintores franceses a veces conocidos como *pompiers*. Pivar fue el primero en coleccionarlos, con la seriedad de un antimoderno, pero Warhol los compraba como un posmoderno, por el placer de subvertir las normas. Durante un periodo bastante breve entre los ochenta y los noventa, la historia del arte estuvo considerando conceder tanto tiempo a los *pompiers* de este mundo como a Courbet y a Cézanne. En 1986, el nuevo Museo d'Orsay de París abrió al público con semejante recalibración en mente, y las últimas adquisiciones artísticas de Warhol le situaban en esa vanguardia. Esas mismas ideas frescas habían creado un mercado para el arte de la nueva imagen de sus jóvenes amigos de los ochenta, y habían llevado a nuestro artista a prestar atención a sus pinturas.

«Vamos a cambiar mis obras por arte real», solía decir Warhol a

Pivar, y eso hacían, al menos cuando aquello que quería se valoraba aproximadamente como sus trabajos. Como un buen demócrata (y miembro del partido), obraba al menos en parte de manera burlona —como hacían siempre la mayoría de los posmodernos— cuando se gastó tres mil dólares en las copias de dos retratos enormes de Jorge III y su mujer, que Pivar, un coleccionista concienzudo y nada irónico, consideraba un absoluto derroche de dinero. En la colección de Warhol («acumulación» podría ser un término más apropiado), esos personajes de la realeza se unirían a una odalisca con el pecho desnudo, obra de un tal Georges Jules Victor Clairin, a una damisela sonámbula (también con el torso descubierto) en mármol de un sentimentalista estadounidense llamado Randolph Rogers y a un arroyo indudablemente gorgoteante en un oscuro paisaje de Maxfield Parrish.

Y durante todo ese tiempo, Warhol estuvo ansioso por mantener a Fred Hughes en la ignorancia respecto de semejantes compras, que no se adecuaban a las ideas del buen gusto y la sobriedad del texano en lo tocante a la adquisición de bienes, pero también de capital cultural.

«Andy era un acaparador de la peor calaña —decía Pivar, que echaba un vistazo ocasional al desorden masivo que reinaba en el interior de la casa del artista—. Él gimoteaba: "Stuart, ¿qué voy a hacer?". Yo intenté que Andy reclutara a un pelotón de chicos para que empezaran a vaciar cosas, pero se negó». Aun cuando la acumulación de Warhol fuese en contra de sus intuiciones estéticas más básicas, todo lo que acertaba a hacer al respecto era quejarse en su diario: «Estoy realmente asqueado de la forma en la que vivo, de toda esta porquería, y siempre arrastrando más a casa. Lo único que quiero son paredes blancas y un suelo despejado. Lo único elegante es no tener nada. Quiero decir que no sé por qué la gente posee cosas. Es una auténtica estupidez».

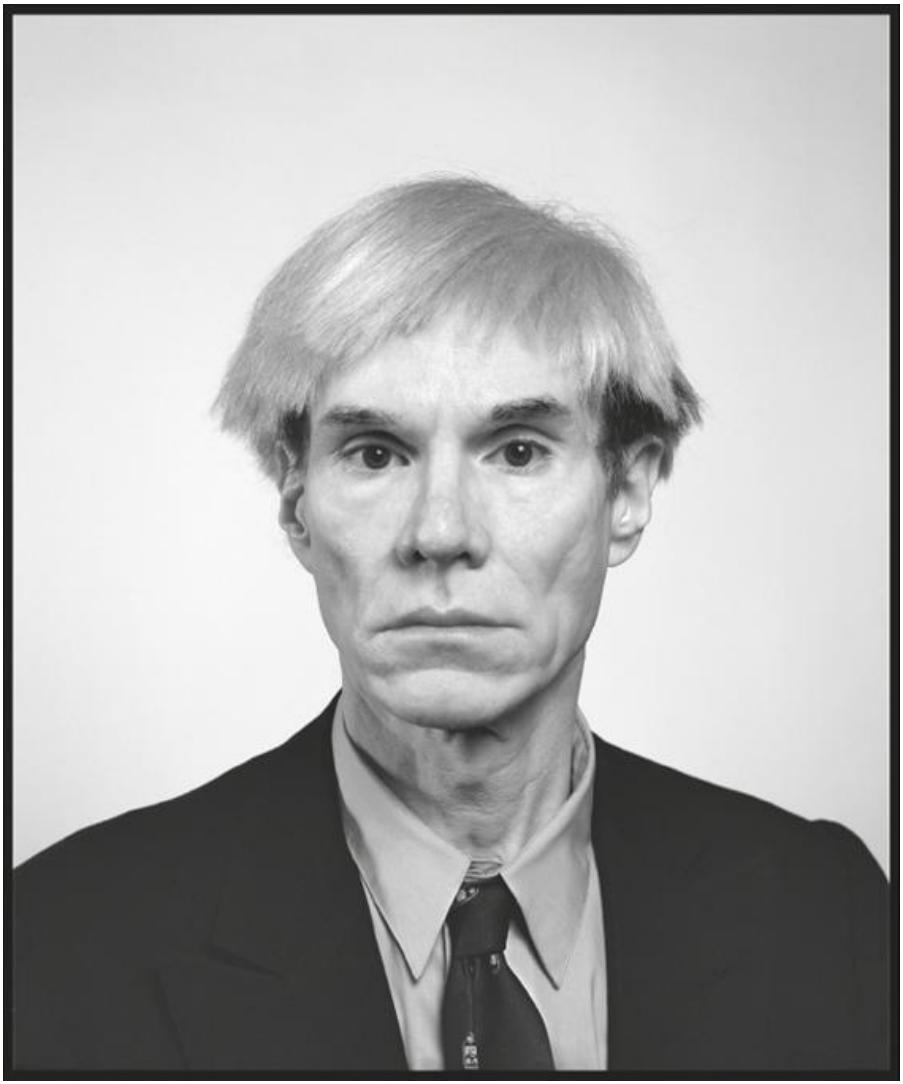
Pivar relacionaba la acumulación de Warhol con algo que pocos de sus seguidores han comentado: los significativos episodios de depresión del artista. «Me llamaba y me hablaba del frasco de píldoras que estaba mirando —decía Pivar—. Andy estuvo padeciendo depresión clínica durante años. Sabía que yo le gastaría toda clase de bromas sarcásticas para distraerlo». Aunque él no era un amigo íntimo de Warhol y ambos no tenían mucho en común, su distancia respecto del círculo más cercano del artista podría haberlo convertido en un confidente más propicio.

Pivar creía que la compra compulsiva de su amigo era una respuesta neurótica a la herida psíquica de la partida de Johnson, y al desdén y la condescendencia crecientes de Fred Hughes. Pero la ansiedad quizá tuviera un origen más profundo y más antiguo: las alegres compras de Warhol podrían haber actuado como un contrapeso mental de los

oscuros pensamientos que parecía albergar con frecuencia, sin ninguna causa particular. Ya a principios de los cincuenta, su primer novio mencionaba que rompía a llorar espontáneamente. Las compras le permitían hallar algún valor en un mundo en que, por lo demás, le parecía que brillaba por su ausencia.

«Tengo estos sentimientos desesperados de que nada significa nada», confió Warhol en cierta ocasión a su diario (y, por ende, a Pat Hackett), es cierto que poco después de que Jed Johnson lo dejara. Por esa misma época, Bob Colacello había dispuesto que el artista echara una mano en una organización benéfica dedicada a la prevención del suicidio: «Le dije a Bob que cómo podía hacerme eso, si sabía que yo estaba a favor del suicidio. Él se puso como loco y yo no sabía qué decir. Me advirtió que más me valía no abrir la boca. Y supongo que también era mejor que no me quitase la vida». Cuando un periodista le preguntó si «creía» en los sentimientos y las emociones, Warhol contestó: «Pues no, la verdad es que no. Pero los tengo. Ojalá no los tuviera».

Incluso en sus buenos tiempos con Johnson, Warhol ya albergaba y compartía pensamientos oscuros. «Tal vez Andy tenga razón —dijo el joven en un momento de crisis profesional en 1974—. La vida es demasiado dura».



Delgado para trabajar de modelo.

49
1982–1986

EL ESTUDIO DE CONED | LA TELEVISIÓN DE ANDY WARHOL | TENSIONES CON FRED HUGHES | TRABAJO PUBLICITARIO | *VACACIONES EN EL MAR* | PINTURAS DE CAMUFLAJE | JON GOULD | SIDA | LA OBRA BENÉFICA DE WARHOL

«¡Andy, todo lo que haces me llena de felicidad! Besos, Jon».

«Precioso».

Andy Warhol repitió la palabra tres veces para contarle a su diario la mayor adquisición que jamás había contemplado. «Comprar este precioso espacio sería como comprar una preciosa obra de arte —decía—. Tiene cinco plantas y no hay calefacción, es solo como un armazón, pero es extraordinariamente precioso. Podría instalar radiadores y aseos, y sería un espacio de artista».

Estaba hablando de una vasta subestación eléctrica construida en 1929 por Consolidated Edison, la compañía eléctrica de Nueva York, y que había sido desmantelada en 1970. Se encontraba calle abajo del Empire State Building, tenía una entrada por Madison Avenue y luego brazos estrechos que se extendían hasta las calles Treinta y dos y Treinta y tres, ocupando la extraña T de terreno apretado entre otras estructuras.

En un principio, Warhol se había sentido molesto por la insistencia de Fred Hughes en que necesitaban una sede más grande que la que tenían en el número 860 de Broadway, a fin de disponer de espacio para *Interview* y para proseguir con la expansión de los proyectos de vídeo. Existía un riesgo evidente de que abrumase su propia creación artística y de verse abocado a nuevas labores para ganarse el pan.

Pero había cedido. Tras descartar otro piso en el edificio de Broadway —el alquiler se había elevado un 50 por ciento—, a finales de 1980 Warhol se estaba planteando numerosas opciones, desde una gran casa adosada próxima a su primer apartamento en la zona sur de Lexington Avenue hasta un enorme y viejo almacén ya ocupado por artistas, pasando por un encantador edificio de oficinas de pequeñas dimensiones en un solar de la Quinta Avenida. Debió de haberse sentido especialmente tentado por la oferta por un espacio en el edificio McGraw-Hill, una maravilla del *art déco* con azulejos verdes

cerca de Times Square (y de The Gilded Grape). Pero el 19 de octubre de 1981 desembolsó dos millones de dólares, en su mayor parte prestados, para la compra y renovación del edificio de ConEd, como solía llamarlo la gente. Unas semanas después estaba poniendo por las nubes su nueva adquisición, describiéndola como «sencillamente sensacional, tan preciosa que cuesta creerlo […]. Lo mejor es la azotea, es como una terraza de un apartamento precioso y glamuroso». El edificio parecía haber sido construido para Warhol. Al contar con tres brazos y tres entradas, su revista, su estudio y sus proyectos de vídeo podrían tener cada uno su propia ala y su identidad.

The New York Times consideró la compra digna de un reportaje, y la mera escala del proyecto debió de haber provocado a Warhol ardor de estómago. Dentro de los tres mil setecientos metros cuadrados de espacio vacío del edificio, él y su equipo tenían planes para instalar un gran «salón de baile» para el esparcimiento —aunque de algún modo acabó siendo el estudio de pintura de nuestro artista— y una zona de vídeo con una lujosa plataforma de iluminación —Warhol reclamaría más tarde esa pieza como espacio para dibujar— e incluso, como decía este, baños y calefacción. A pesar de los conductos industriales instalados a través de los techos del edificio, este sistema tardó algún tiempo en estar operativo: Vincent Fremont contaba que tuvo que comprarse más calcetines para aguantar su primer invierno en la nueva sede.

Las tres fachadas del edificio que daban a la calle tenían grandes ventanales y ciertos detalles encantadores a la antigua usanza, que tampoco faltaban en el interior. El brillante embaldosado de los niveles inferiores poseía un elegante aire industrial, que convertía aquel lugar en la única de las llamadas Factories de Warhol que parecía destinada de verdad a la producción masiva, pese a haber sido claramente gentrificada. La lujosa reforma que hizo nuestro artista incluyó la instalación de planchas de madera blanqueada y despachos a medida para sus residentes más distinguidos. Fred Hughes disponía de un espacio que tenía una decoración medieval, extrañamente regia, con paredes rojas dignas de la vestimenta de los cardenales y estanterías coronadas con espiras góticas. Al fin y a la postre, estaba reflejando en sus declaraciones de la renta los principescos ingresos de doscientos treinta y cinco mil dólares, lo cual significa casi con certeza que estaba ganando mucho más que eso. (Por otra parte, con una factura de la lavandería de mil doscientos dólares, Hughes necesitaba hasta el último centavo que pudiera conseguir).

Warhol se quejaba infinitamente de que tenía el peor despacho del edificio, relegado a un rincón inferior, hasta que alguien señaló que él había planificado las cosas de esa manera. Para él era importante

preservar el derecho al lloriqueo.

La mudanza había sido desencadenada sobre todo por el espectacular crecimiento de *Interview*, que había comenzado cuando Bob Colacello era el editor. En el año en que Warhol compró el edificio de ConEd, los ingresos por la venta de ejemplares se habían duplicado y las ventas de anuncios se habían incrementado en un 50 por ciento, convirtiendo unas pérdidas de cien mil dólares en unos modestos beneficios. A juicio de nuestro artista, debido a eso a Colacello se le subieron demasiado los humos. Cuando fue a pedirle a su jefe una participación en el negocio, Warhol no aceptó, así que se largó. «Es horrible por su parte eso de marcharse sin previo aviso —comentó nuestro artista—. Bob se ha crecido tanto que va a las casas de esa gente rica y se cree con derecho a tenerlo todo él también». Se cubrió el puesto con una vieja empleada llamada Gael Love, que era «dura como una silla de montar Hermès», en palabras de un veterano de *Interview*. Se multiplicaron las páginas de publicidad y la revista tuvo que pasar de estar grapada a llevar una encuadernación encolada.

Love prosiguió con la práctica de incluir en portada estrellas de cine y celebridades, aunque Warhol, nunca tan deslumbrado como la gente pensaba, siempre había albergado sus dudas acerca de las virtudes de esos clichés de las revistas. La nueva empleada llegó incluso a desautorizarlo cuando el artista quiso que apareciese Keith Haring en la portada de *Interview*: «Yo estaba pensando que sería bueno poner a un artista en la portada, pues el arte es algo muy grande hoy en día, pero no me dejan». Aun así, Warhol logró seguir siendo una presencia espectral a la cabeza de *Interview*, mano de hierro con guante de seda. Love gustaba de contar la historia de una noche en que Warhol y ella estaban tomando unos cócteles: «Sin venir a cuento, me preguntó: "¿Cuánto dinero ganamos con cada suscriptor?". Yo le contesté: "Oh, esto aproximadamente". Él replicó: "Oh, no, yo creo que está más cerca de esta cantidad". Y solo se desvió en unos ocho centavos».

Warhol trató de influir directamente en las ventas repartiendo la revista a todo aquel con quien se topaba; sus compras diarias de antigüedades eran asimismo una ocasión para distribuir *Interview* a diestra y siniestra. Innumerables neoyorquinos recuerdan verlo en las esquinas de las calles de la parte alta de la ciudad, repartiendo ejemplares como un vendedor de periódicos de antaño. Love se quejaba de que toda aquella distribución gratuita estaba irritando a los quioscos, que vendían efectivamente la revista para ellos.

Pero ni siquiera el ascenso de Love ni el traslado a la calle Treinta y tres lograron convertir la revista en una empresa profesional bien dirigida, según su editora europea Daniela Morera. Fred Hughes

seguía siendo un comodín al timón, y los bajos salarios continuaban manteniendo alejados a los mejores profesionales de la industria. Ello no fue óbice para que Si Newhouse, el magnate del mundo editorial, hiciera una oferta por la revista. Aunque el trato jamás llegó a cuajar, Paige Powell decía que el siempre inseguro Warhol estaba encantado de que un pez gordo como Newhouse pudiera querer algo suyo.

En marzo de 1985, el artículo de portada de *Artforum*, la revista más prestigiosa del mundo del arte, declaraba que *Interview* era «el mayor triunfo [de Warhol]: el vehículo para su presencia constante en los medios de comunicación, el signo de que forma parte de la maquinaria que genera el ahora».

Interview podría haber sido la cara más pública de Warhol, Inc., pero hacía un tiempo que los proyectos de vídeo de Vincent Fremont se habían puesto a su altura, y se granjearon sus propios espacios en el nuevo edificio. Después de todo, el año en que Warhol se graduó en la universidad —el mismo en que comenzaron las emisiones televisivas en Pittsburgh— uno de sus profesores favoritos del Tech había proclamado en la prensa escrita que «la televisión puede producir una nueva forma de arte audiovisual». Tres décadas después, nuestro artista, el gran polímata del arte, difícilmente podía ignorar ese medio.

El primero y muy modesto éxito del estudio había comenzado como una especie de fracaso, provocado a propósito por el propio Warhol. Todavía en el número 860 de Broadway, él y Fremont se habían reunido con el equipo de *Saturday Night Live*, que emitía solo tres fines de semana al mes, por lo que disponía de un espacio sobrante, para el cual Warhol presentó una propuesta. Esta consistía en una versión televisiva de noventa minutos de *The Chelsea Girls*, en la que el programa había mostrado interés, pero fue el propio Warhol quien decidió no seguir adelante, pese a su incesante hambre de exposición mediática. Sabía que su equipo técnico necesitaba más destrezas, y más experiencia a la hora de implementarlas, antes de arriesgarse a emitir en directo. «Andy decía correctamente: “El caso es que, si no funciona, será mi nombre el que reciba malas críticas —recordaba Fremont—. Yo me quedé hecho polvo por completo, pero él no podía estar más en lo cierto». A fin de mitigar la decepción, Warhol le encomendó que reuniese un grupo de profesionales (y un equipo de cámara valorado en cuarenta mil dólares) pare ver qué eran capaces de hacer en espacios alquilados de la nueva televisión de acceso público. Se trataba de tiempo de emisión que las compañías de televisión por cable comerciales estaban obligadas a reservar a contenidos producidos por el público, que incluía al artista Andy

Warhol. Anton Perich, un camarero ocasional y un asiduo de Max's, ya había causado sensación publicando sus vídeos: «La televisión era el último tabú; me enfrenté a ella como don Quijote», decía. Había llegado el momento de que su amigo Warhol hiciera lo mismo.

En un momento dado, *Interview* y su propietario se estaban obsesionando cada vez más con la moda, por lo que tenía sentido que Warhol presentara la idea de una serie titulada *Fashion*, simplemente «una revista de moda en televisión», tal como la describía. Sus diez episodios se estrenaron en 1979 y dieron cobertura especial a diseñadores muy conocidos como Halston, pero también a artistas del maquillaje, modelos y varios expertos en moda. Fue uno de los esfuerzos menores de Warhol, en parte debido a que apenas estaba involucrado, excepto como financiador y ulterior crítico entrometido. «Su comentario habitual era "Oh, el programa parece realmente formidable". Y más tarde lo despedazaba», contaba Fremont. Warhol era muy consciente de que los productores del programa manejaban una estética conservadora que no tenía apenas nada que ver con la que había caracterizado siempre su arte, y así lo declaró por escrito: «Yo siempre he sido partidario de rodar y emitir —decía en un breve artículo sobre su nuevo programa—. Ahora lo están cortando y a mí me parece demasiado condensado». Pero tal como el artista había planeado, la prueba de *Fashion* pertrechó a Fremont con las destrezas para pasar a los auténticos programas de variedades, que llevaban en realidad el nombre de su jefe.

«Creo que la televisión es el medio en el que más me gustaría destacar —había dicho Warhol en 1975 (o al menos lo había refrendado cuando los escritores fantasmas pusieron esas palabras en su boca)—. Me dan auténtica envidia todos aquellos que tienen su propio programa en televisión». Así pues, se hizo con uno para él.

Primero llegó *Andy Warhol's TV*, que empezó emitiéndose en espacios por cable de media hora pagados en realidad por el artista, y luego consiguió una segunda temporada cuyos episodios fueron comprados por algo llamado Madison Square Garden Network. Se trataba de un canal que pretendía contribuir a que el célebre estadio se diversificase en otros temas que no fuesen los deportes, aunque el espacio de Warhol acabó expandiéndose más allá de sus intenciones. A medida que el artista superaba su extrema timidez y comenzaba a hacer apariciones cada vez más frecuentes como presentador y entrevistador, el programa se iba convirtiendo en una estrafalaria revista en vídeo, que podía saltar del propio Warhol a Frank Zappa y Pee-wee Herman, con infinidad de rodeos por el camino. El nombre de nuestro artista todavía poseía el atractivo suficiente para echar el guante a estrellas tan viejas y famosas como Georgia O'Keeffe y tan jóvenes y famosas como Steven Spielberg, mezcladas con nimios

desconocidos arrancados de entre los empleados del propio Warhol. Hasta treinta invitados podían aparecer fugazmente en pantalla en episodios de treinta minutos. Como recordaba Fremont: «Se estaba poniendo de manifiesto que en la televisión por cable la capacidad de concentración brillaba por su ausencia».

El programa no tuvo un éxito arrollador, pero sirvió como prueba del concepto para los vídeos producidos por Warhol, hasta el extremo de que *Saturday Night Live* volvió a solicitar contenidos. A pesar de una «audición» que puso a nuestro artista de mal humor —«me dieron una hora y, de repente, mi tiempo se había terminado, así que se marcharon y se pusieron a hablar de otras cosas»—, la temporada de 1981 del programa terminó emitiendo tres segmentos pregrabados del propio Warhol, en solitario, haciendo cosas claramente extrañas (y en cierto modo maravillosas) durante un par de minutos cada vez, por unos honorarios de tres mil dólares por aparición.

En uno de los segmentos aparecía criticando el propio programa de humor: «En primer lugar, jamás pensé que saldría en *Saturday Night Live*, porque lo odio y nunca lo he visto. Nunca me pareció que era tan maravilloso. Y además, si estás en casa un sábado por la noche, ¿por qué estás en casa un sábado por la noche?». En otro se dedicaba a improvisar sobre la muerte mientras le maquillaban para televisión: «No creo en la muerte porque siempre pienso que, si alguien muere, en realidad solo va a la parte alta de la ciudad, solo va a Bloomingdale's y tarda un poco más en regresar. La muerte supone mucho dinero, cariño. La muerte puede convertirte realmente en una estrella».

Warhol estaba encantado con los efectos públicos de esas apariciones televisivas: «En lugar de oír decir a la gente en la calle "Ahí está Andy Warhol, el artista", oigo "¡Ahí está Andy Warhol, de *Saturday Night Live*!». Los mismos espacios tuvieron menos éxito con las críticas, si es que llegaban a mencionarse. *The New York Times* dijo que un segmento de Warhol «simplemente se emitía y desaparecía». Pero cualquiera que conociera lo último en videoarte inexpresivo, de figuras tales como Bruce Nauman o William Wegman, habría comprendido lo que Warhol estaba haciendo: «No creo que haga realmente televisión, porque la televisión no está preparada para él», había dicho Viva a finales de los sesenta. Tampoco está claro que estuviese preparada para él un decenio después.

En realidad, el estudio de Warhol solo empezó a coger el ritmo de la televisión después del traslado al edificio de ConEd. En 1984, Fremont negoció una asociación con MTV, la cadena de vídeos musicales que por aquel entonces estaba desarrollando todo su potencial y podía permitirse arriesgarse con la extrañeza warholiana. «Muchas de las compañías de televisión por cable más grandes pensaban que éramos

demasiado excéntricos o aterradores para ellas—decía Fremont—. Cuando llegamos a MTV, ellos fueron los únicos que lo entendieron».

Tanto la cadena como Warhol pusieron cada uno doce mil quinientos dólares por episodio, y lo que consiguieron con ello fue una serie de segmentos de media hora que, como era de esperar, se titulaban *Andy Warhol's 15 Minutes*. Pero el trillado nombre ocultaba contenidos verdaderamente peculiares y que contribuían al más extraño alivio (si eso es lo que era) de la dieta a base de vídeos musicales de la cadena. «No sé qué más puede hacerse con estos vídeos para que sean diferentes —había dicho Warhol un tiempo atrás, una mañana mientras veía MTV—. Son todos iguales». A todas luces, se propuso añadir algo distinto a la mezcla.

Con más soltura que nunca —o más cómodo en su visible y encantadora incomodidad—, Warhol presentaba una fusión verdaderamente curiosa de pop y contenidos cultos en su trabajo para MTV. En un episodio aparecía William Burroughs, el poeta *beat* de los cincuenta, entrevistado por Chris Stein, el guitarrista de Blondie en los ochenta. Otro comenzaba con un joven violinista interpretando a Jules Massenet y terminaba con Shakespeare recitado por Ian McKellen, en su camino hacia convertirse en sir. Entre medias presentaba a Bo Diddley, la leyenda del rocanrol, y los Fleshtones, maestros del *neo-garage*. La mera variedad exhibida, incluidos momentos de diálogo warholiano que parecen puras incongruencias, da un toque de aleatoriedad antitética del que podría haberse enorgullecido John Cage.

Fremont decía que Warhol, con toda la razón, se sentía profundamente involucrado en este último programa, toda vez que había invertido dinero extra en el presupuesto para fomentar sus valores de producción. Solía telefonear a su empleado tanto antes como después de cada episodio emitido, para anticiparse y luego diseccionarlo. Y, por una vez, la inversión de Warhol en televisión dio sus frutos, al menos en lo que atañe a las críticas. El *Village Voice* decía que *15 Minutes* era un bálsamo contra la insulsez de la mayor parte de los contenidos de MTV: «Gracias a la independencia otorgada a sus creadores, este programa se agitaba con una personalidad inusualmente vivaz».

Por desgracia, jamás llegó a formar una parte importante del *portfolio* de Warhol. Episodios únicos en 1985 y 1986 fueron seguidos por dos más a principios de 1987, y más tarde un quinto que fue interrumpido a mitad de la producción por la muerte de su fundador. Tuvo que emitirse en su memoria.

El último proyecto televisivo de Warhol tuvo un extraño epílogo. El presidente de MTV, que había dado el visto bueno a su programa, acabó comprando su casa de la calle Sesenta y seis.

Warhol podría haber cerrado la compra del edificio de ConEd a finales del año 1981, pero hubo que esperar hasta la primavera de 1983, cuando la gran reforma estuvo lo bastante avanzada, para que alguien pudiese instalarse allí. Primero llegó la redacción de *Interview*, y Warhol recurrió a su vieja treta de hacerles cargar con los contenidos de sus escritorios hasta su nuevo lugar de trabajo, dieciséis manzanas más al norte. «Mi espalda me estaba matando», recordaba Paige Powell. Le siguió el equipo de vídeo de Vincent Fremont y Fred Hughes. A finales de junio de 1984, los únicos ocupantes que quedaban en el estudio del número 860 de Broadway eran Warhol y Brigid Berlin.

La adquisición por parte de nuestro artista de una nueva y magnífica casa para su empresa ejerció un efecto inmediato sobre su arte, si bien no exactamente el que cabría esperar: en lugar de proporcionarle un nuevo lugar para pintar, le permitió hacer un mejor uso del antiguo espacio una vez que se quedó solo allí. «Llegó a convertir el número 860 de Broadway en un caos enorme —recordaba Vincent Fremont—. Se transformó en el estudio de un artista en su conjunto». Había lienzos desenrollados aquí y allá, los lavabos del baño estaban cubiertos de pintura, y nunca sabías qué joven artista podrías encontrarte de visita. Fue por entonces cuando Warhol y Basquiat estuvieron ocupados de veras, colaborando y compitiendo en sus obras conjuntas, utilizando con frecuencia lienzos tan grandes como los vastos espacios podían albergar. «Resultaba verdaderamente hermoso ver todo aquel espacio despejado… Como el loft que siempre había deseado», decía Warhol.

Los diarios del artista ponen de manifiesto que envidiaba a todos los jovenzuelos que podían dedicarse sin más a la creación artística, sin el bagaje corporativo con que él cargaba. A mediados de los ochenta, se diría que estaba empezando a cansarse de su identidad en ciernes como un magnate de los medios de comunicación. El arte negocio estaba perdiendo su atractivo. Especialmente en el nuevo edificio, había muchas bocas a las que alimentar, y eso se le antojaba más una carga que una señal de éxito. Para hacerse una idea de la escala de la empresa de Warhol, hay que considerar el traslado del número 860 de Broadway al edificio de ConEd, incluso una vez instalada allí la redacción de *Interview*: una empresa de mudanzas calculó que harían falta veinte hombres cargando camiones de doce metros durante cuatro sábados para trasladarlo todo, con un coste de treinta y cinco mil dólares. Con todos los impuestos y gastos que conllevaba el hecho de ser el gran jefe, ni siquiera el dinero ganado parecía compensarlo ya a esas alturas.

Tampoco habría ayudado el hecho de que Fred Hughes, que había iniciado a Warhol en su camino hacia la riqueza, no fuese ya la ayuda de antaño. Siempre había sido un excéntrico, y sus riñas con Warhol se remontaban muy atrás. Ya en sus primeros tiempos al lado de Warhol había tenido cambios bruscos de humor: «Fred es muy divertido, porque de repente salta y está lleno de energía —le contaba este a un comisario de arte amigo suyo en 1971—. Se pasa el día deprimido y no entiendes por qué, y luego de repente se anima y empieza a estar muy activo y pletórico. Es realmente curioso».

Sin embargo, a medida que avanzaban los años ochenta, la excentricidad se iba convirtiendo en un flagrante mal comportamiento y las riñas se iban tornando auténticas peleas. Ya en 1981, después de una fiesta en Francia, Bob Colacello presenció cómo Hughes le soltaba a Warhol una diatriba de borracho durante un regreso a casa en limusina:

> ¡ESTOY HARTO Y CANSADO DE QUE ACTÚES COMO SI TUVIERAS ALGO QUE VER CON *INTERVIEW*, ANDY, CUANDO SOY YO EL QUE HACE TODO EL TRABAJO! ¿Y QUÉ RECIBO COMO AGRADECIMIENTO? TODO EL RECONOCIMIENTO ES PARA BOB Y PARA TI . ESO ES LO ÚNICO QUE OIGO. ¡ANDY Y BOB, BOB Y ANDY, ANDY Y BOB, BOB Y ANDY! TODO EL MUNDO OS QUIERE A VOSOTROS. ¡A MÍ ME TRATAN COMO A UNA MIERDA!

Warhol defendió a Hughes en esa ocasión cuando Colacello insistió en que necesitaba dejar el alcohol, pero en el transcurso de los años siguientes era evidente que algo iba mal. Tal vez hubo un indicio de ello el año de su diatriba, cuando sus comisiones por la venta de las obras de arte de Warhol cayeron casi un tercio (hasta la suma todavía respetable de ciento diez mil dólares). Antonio Homem, de la galería Sonnabend, contaba que Hughes, en su arbitrariedad, su agresividad y sus manipulaciones, estaba dedicado a convertir el negocio artístico de Warhol en un «desastre»: «La gente no creía en los precios, la gente no creía en nada relacionado con Andy».

A lo largo de los años siguientes, decía Christopher Makos, la relación entre Warhol y Hughes parecía «un terrible matrimonio en el que la pareja no puede conseguir el divorcio». También era testigo de las noches enteras que este pasaba bebiendo, y un sobrino de Warhol que ayudaba en ConEd lo veía llegar algunos días «realmente colocado».

Llegó a ser conocido por bajarse los pantalones en los clubes nocturnos, y en una fiesta en Francia hizo una imitación antisemita de Hitler: «¿Quién es ese horrible Fred Hughes? —preguntó otro invitado —. Está como una cuba. Es terrible de veras». El coleccionista Stuart Pivar decía que el susodicho se volvía cada vez más cruel con Warhol y «se regodeaba con malicia» señalando la clase de errores triviales en

su conversación que mortificaban especialmente al artista. Como no pocos asociados íntimos de este, toda la identidad de Hughes estaba construida en torno a su condición de sirviente de un hombre cuyo genio artístico no acertaba a captar del todo —el aristocrático Hughes no era vanguardista— y a quien veía en ciertos sentidos como inferior. Eso solo podría haber causado estragos en el frágil ego del texano y en su desesperada necesidad de autoafirmación.

Incluso una vez que Hughes había renunciado en teoría al alcohol, a mediados de 1984, Warhol se quejaba de que este se estaba dando unos extraños «aires de grandeza», como hiciera antaño solo en estado de embriaguez. Más tarde ese mismo año, las entradas del diario de nuestro artista lo describen como «rezongón» y siempre con «mala actitud»; «últimamente no congeniamos», decía Warhol. Quedó impresionado sobre todo por un cambio en la memoria de Hughes, que había sido extraordinaria, pero ahora debía pedir ayuda con los nombres de personas a las que conocía desde hacía siglos. Warhol no parece haber sido consciente de la causa, o puede que su amigo no se la confirmara. A comienzos del verano, tras quejarse de sentir una mano entumecida y un hormigueo en las piernas y de caerse de un caballo, Hughes se había sometido a las pruebas de la esclerosis múltiple. Es probable que seis meses después, cuando Warhol estaba advirtiendo esos lapsus de memoria, se confirmara el diagnóstico. El texano no dejó de desempeñar sus funciones en el negocio de nuestro artista, pero ninguno de ambos hombres disfrutaba ya como antaño en llevarlo adelante.

Los contratos comerciales de mediados de los ochenta ciertamente parecen más pedestres que casi todo lo que Warhol había realizado con anterioridad. Su mejor encargo corporativo casi tenía la sofisticación de uno de sus anuncios para I. Miller de los años cincuenta: en los cuadros para un fabricante de hilos italiano, nuestro artista convirtió marañas de lana desenrollada en versiones ingeniosas de abstracciones de Jackson Pollock. Pero la mayoría de sus anuncios no se elevaban siquiera a esas modestas alturas. Firmó un contrato publicitario con la marca de vaqueros Levi's, que especificaba todas y cada una de las características que debía subrayar en sus imágenes: bragueta con botones, pespuntes y etiqueta roja en el bolsillo, y suma y sigue. Un solo aspecto hacía que este encargo fuese mejor que sus anuncios de los cincuenta, que eran menos estimulantes: ya no tenía que esperar treinta días para cobrar. Una posdata en la carta que detallaba el encargo indicaba que el cheque estaba ya en el correo.

En otro trabajo publicitario, aparecía el propio Warhol como él mismo. En extraños anuncios de televisión japoneses para casetes

TDK, se le veía junto a una mujer vestida como un tigre albino. También hizo un cameo, de tres segundos tal vez, en un anuncio de Coca-Cola Light en el que aparecía en una carroza junto a un grupo de antiguas reinas de la belleza. Volvió a interpretarse a sí mismo en la campaña de Vidal Sassoon «Personalities». En lo que debe de contar como el punto más bajo de todas sus apariciones remuneradas, figuró en un anuncio impreso cómicamente aburrido para los muebles de oficina Golden Oak: de pie detrás de un monstruoso escritorio de ejecutivo, apoyaba una mano sobre una caja de estropajos Brillo y la otra sobre una lata de sopa Campbell's. Pero los anuncios de Golden Oak no son diferentes en género, sino solo en grado (de horror), de todos los demás en los que aparecía.

Incluso el anuncio más famoso de Warhol de los ochenta, para el que hizo una pintura pop de la botella de vodka Absolut, en realidad es solo otra clase de personificación. La etiqueta no era un ejemplo auténtico de su arte, como la posteridad podría interpretarlo, sino un tipo de referencia genérica a él. La simple presencia de su estilo distintivo decía «Warhol estuvo aquí»; la imagen no tenía ninguna intención real de hacer un arte que importase más allá de lo bien que se vendiese ella misma o lo bien que vendiese un producto.

Para presentar el concepto de Absolut al importador del vodka, un especialista en marketing explicaba que la pintura «combinará una imagen de la "alta sociedad" con una marca potente […]. Además, el producto contará con el respaldo de Andy Warhol». El mismo discurso publicitario podría haber acompañado el trabajo de nuestro artista para vender el agua mineral con gas de Perrier, o los coches de Mercedes, o las nuevas sopas deshidratadas de Campbell's. Todo esto era arte negocio auténtico y perfecto, pero ni que decir tiene que ese concepto resultaba ahora tan viejo, y había sido casi tan agotado, como la técnica de las serigrafías pop de Warhol. Esta estrategia, antaño conceptual y radical, se había convertido en puro negocio convencional, tan insulso como la venta de estropajos Brillo.

Ese problema no afectaba en exclusiva a la obra más explícitamente comercial de Warhol de los años ochenta, sino también y acaso para mayor bochorno a sus últimos *portfolios* de arte plástico: imágenes de juguetes antiguos, de anuncios «clásicos», de «indios y vaqueros». Todas ellas aspiraban a dar salida a los productos en la misma medida que cualquiera de sus auténticos anuncios, salvo que, en lugar de anunciar la mercancía ajena, las imágenes que exhibían el estilo y el nombre de Warhol se utilizaban ahora para venderse a sí mismas.

Homem, de la galería Sonnabend, recordaba lo consternado que se sentía Warhol por cuánto había comercializado su producción artística y cómo aquello había dañado paradójicamente a la comercialización de su obra más seria. «Por aquel entonces, si ibas y ofrecías doscientos

cincuenta mil dólares a Warhol, podías conseguir una edición; podías conseguir una serie de cuadros —decía Homem—. Él podía hacer cualquier cosa que quisieses sobre cualquier cosa que quisieses. Y oyes eso y piensas: "¡Oh, cielos!"».

Había un producto, promocionado tanto por los anuncios como por los grabados de nuestro artista, que era a todas luces menos pedestre que ninguno: el extraño hombre llamado Andy Warhol. En el proceso de poner su nombre en un vodka o en un grabado de John Wayne, él continuaba propagando también la conciencia de él mismo.

No está claro que el deseo de Warhol de venderse a sí mismo como una celebridad fuese una propuesta tan puramente comercial como su venta de imágenes. Tenía menos que ver con los negocios en general que con su más reciente acto de autocreación como una «escultura social». El hecho de ser famoso sin duda le ayudaba a conseguir contratos, clientes y obsequios, pero el beneficio parecía no ser lo único que le interesaba. Incluso después de que Warhol hubiera pasado cuatro décadas promocionando los distintos personajes que había adoptado desde la universidad, siguen antojándose difíciles de vender al convencionalismo estadounidense. Esos personajes se asemejan en mayor medida al más extraño e invendible de sus cuadros de *Accidentes de coche* de los años sesenta que a una serigrafía gratamente warholiana de un robot de juguete de los ochenta. Da la impresión de que Warhol, el supremo y eterno inadaptado, veía un desafío real, loable y sobre todo artístico en lograr integrarse en la cultura en general.

El supremo exponente de ello llegó en 1985, cuando aceptó aparecer como invitado en el episodio doscientos de una execrable serie de televisión titulada *Vacaciones en el mar*, que llevaba mucho tiempo en antena y en ese momento estaba cayendo en picado en los índices de audiencia, a falta de solo siete meses para su cancelación. A lo largo de los ocho años anteriores, el programa había presentado las «entrañables» aventuras de la tripulación y los pasajeros de un crucero, con la colaboración de una lista siempre cambiante de estrellas de Hollywood de antaño, incluidas celebridades de la talla de los padres de la serie *La tribu de los Brady* y Ursula Andress, que había sido la primera chica Bond más de dos décadas atrás. Tal era el duro hueso cultural que Warhol estaba tratando de roer cuando accedió a hacer un cameo en el programa.

En un principio, Warhol tenía dudas respecto de si aceptar, y los dos productores de la serie tuvieron que recurrir a serios incentivos para lograr que accediese. Le prometieron su participación en la preselección de la estrella invitada número mil, que aparecería en un programa posterior. (Tras algún tira y afloja, consiguieron a Lana Turner, tercera en la lista de Warhol después de Liz Taylor y Sophia

Loren). Más tentadora aún fue una oferta de encargos para pintar a esa milésima estrella, así como a ambos productores y a la esposa de uno de ellos. Una vez que Warhol hubo mordido el anzuelo, sus diarios registran un grave ataque de nervios, que empeoró conforme se aproximaba su viaje a Los Ángeles y comenzó a ver borradores del guion: «Una de las frases que tengo que decir es algo así como "El arte es burdo comercialismo", y yo no quiero decir eso».

Warhol parece haberse calmado una vez que llegó a Los Ángeles para los diez días de rodaje, a finales de marzo de 1985. Lo recogieron en el aeropuerto en una limusina blanca, como se cuidó de anotar, y dado que su viaje coincidió con los Oscar, estaba emocionado por las estrellas que llegó a conocer. Suzanne Somers, una actriz famosa por entonces como una rubia estúpida de telecomedia, le dijo que tenían que quedar para comer (y luego le dio plantón). Y Orson Welles lo llamó para que se acercara a su mesa en un restaurante expresamente para saludarlo, lo cual Warhol consideró un honor.

Es difícil decir qué le agradaba más a nuestro artista, conocer a esas estrellas o ser tratado como una de ellas:

> Me vestí y fui a Spago, donde Swifty Lazar estaba dando su fiesta para los Oscars […]. Tuve que firmar unos ochocientos autógrafos. Toda la prensa estaba allí, como Susan Mulcahy y Barbara Howar. Y acudieron Cary Grant y Jimmy Stewart, y aparecieron todos después de los premios. Faye Dunaway y Raquel Welch.

Al día siguiente, su diario decía: «El periódico me trató como la gran estrella en la fiesta de Swifty», lo cual era absoluta y sorprendentemente cierto. La frenética cobertura que le dio *Los Angeles Times* mencionaba a Warhol en cabeza de los asistentes más destacados al evento organizado por el agente, por encima de Johnny Carson o Michael Caine, y fue el único invitado mencionado en dos ocasiones.

Tal vez eso aliviase algunas de las preocupaciones de Warhol acerca del rodaje de *Vacaciones en el mar*, pues sus días pasados en el plató no suscitaron ninguna entrada aterrorizada en su diario. Estaba encantado de disponer de una auténtica caravana de estrella. Más encantado debió de estar al tener que aparecer en pantalla solo algo menos de tres minutos, con unas intervenciones finalmente reducidas a:

—Hola, soy…
—Y este es…
—Hola.
—Hola, Marina.
—¿Mary?
—¡Oh!
—Bueno, eso es mío.

—Gracias.

—¿Os gustaría a los dos quedar con nosotros aquí, en Los Ángeles?

Lo hizo muy bien en todas ellas, aunque su larguísima última frase quedó un tanto inexpresiva, pero todas esas sílabas eran mucho que pedir para alguien tan aterrorizado por el discurso organizado como Warhol. «Tenía todas mis frases liadas en la cabeza por la mañana y me sentía mal por ese motivo. Estuve trabajando todo el día», rezaba la entrada de su diario del 1 de abril.

Los guionistas del episodio presentaron a Warhol como la caricatura más convencional del «artista pop Andy Warhol». Aparecía con chaquetas bomber plateadas y azules celeste, haciendo fotos lánguidamente de las bellas bañistas del crucero. (Solo de las mujeres; lo más cerca que estuvo el programa de sacar del armario a su artista invitado fue cuando un rotario de Kansas lo llamó «extravagante». Un papel de *drag queen* fue suprimido del primer borrador del guion).

Mirándolo por el lado positivo, al menos permitieron que Warhol apareciese como una versión de sí mismo; las otras siete estrellas invitadas en ese episodio «especial», que hacía el número doscientos, tuvieron que interpretar papeles ridículos en su supuesto argumento. Y todos y cada uno de esos siete personajes eran, o bien casi un don nadie, o bien una vieja gloria. ¿Cuánto habría reforzado el ego de Warhol el hecho de aparecer junto a Andy Griffith y Milton Berle, ambos con un aire anticuado y agotado, o de interpretar sus principales escenas «dramáticas» frente a la actriz que había hecho de madre de Ron Howard en la extinta telecomedia *Días felices*?

En 1965, Warhol había hecho su entrada triunfal en el ICA de Filadelfia como el rey vampiro de la Silver Factory. Ahí estaba dos décadas después, considerado como la compañía perfecta para estrellas televisivas evanescentes y cómicos entrados en años. Con su aparición en *Vacaciones en el mar*, el vanguardista había logrado al fin la plena integración en la cultura popular, pero ¿había merecido la pena el precio? Venderte debe de resultar menos divertido cuando la gente empieza a verte como un producto de saldo.

La aparición de Warhol en *Vacaciones en el mar*, su única incursión verdaderamente exitosa en Hollywood, delataba su aspiración a la máxima visibilidad en la cultura popular. Poco después de regresar a Nueva York de aquel bolo, le pidieron que retomara su papel de artista plástico, y en aquella ocasión aspiró a una extraña clase de desaparición. Area, un gigantesco club nocturno del centro que Warhol frecuentaba, se había construido en torno a la idea de que cada par de meses su decoración y sus espectáculos reflejarían un

tema nuevo: «Moda», «Historia Natural», «Ciencia Ficción» y, en mayo de 1985, «Arte». Sorprendentemente, el club consiguió que algunos de los más grandes artistas de la época proporcionaran obras, incluidos el conceptualista Sol LeWitt, el artista de la tierra Michael Heizer, jóvenes como Jean-Michel Basquiat, Keith Haring y Francesco Clemente y, por supuesto, el propio Andy Warhol, descrito, sin duda para su consternación, como el «ilustre veterano».

En lugar de ofrecer alguna versión temporal y descafeinada de una de sus obras emblemáticas, como la mayoría de sus rivales estaban haciendo para el club, Warhol preparó una mucho más inteligente y audaz que bautizó como la *Escultura invisible*. Era sencillamente él mismo, de pie dentro de una vitrina de cristal vacía salvo por un pedestal blanco convencional, con una placa en la pared que le declaraba tanto el tema de la obra como su medio: «ANDY WARHOL, EE. UU., ESCULTURA INVISIBLE, técnica mixta, 1985». Se trataba de una evidente variación sobre dos décadas de artículos, o una respuesta a ellos, que le habían descrito como la mayor de sus propias creaciones; en efecto, le contó a un periodista que había pasado veinte años trabajando en esa pieza para Area. Y esta «obra» producida mediante su autocreación mostraba que era modesto, mudo y mediocre, no el fanfarrón vestido de plata que acababa de rodar *Vacaciones en el mar*, sino un humano ordinario de cincuenta y seis años, con un aspecto un tanto desmejorado y precisamente sin hacer nada para impresionar a su público. Era una sopa enlatada, no una crema de anguila con algodón de azúcar ahumado. Y, por supuesto, eso es lo que todos somos en realidad, por debajo de nuestros bigotes de Dalí o nuestros mechones de Capote.

Solo presentándose a sí mismo como la obra de arte logró Warhol despojarse al fin del traje de Andy que siempre había llevado cuando tenía que interpretar el papel de artista. Se había convertido en su propio urinario duchampiano, digno de contemplación solamente porque el artista en él había dicho que lo era, granjeándose el derecho a declararse como tal gracias a décadas de labor artística.

Esa fue la clase de obra «personal» y excéntrica que llenó los últimos años de Warhol. Tenía planes de organizar una exposición que nos pidiera una vez más que observásemos lo pasado por alto, exhibiendo solo los pedestales que había estado comprando a buen precio en su caza de antigüedades, sin las esculturas que debían apoyarse en ellos. (Como de costumbre, estaba al día en la última tendencia en la historia del arte posmoderno, en la que los estudiosos prestaban tanta atención a los marcos y a los pedestales como a las obras que estos presentaban).

Warhol tampoco dejaba de hablar de hacer una exposición autocrítica titulada «The Worst of Warhol», que incluiría casi todo

exceptuando las elegantes pinturas que le habían granjeado su nombre; «todas las cosas verdaderamente horribles que nunca habían dado resultado», decía, o tal vez todo aquello que sabía que representaba su faceta más audaz y auténtica. Incluiría una fastidiosa «escultura» hecha de alarmas sonando, así como una pieza que no sería nada más que dinero real pegado a una pared, pues eso era lo que decía que representaban sus cuadros de todos modos para la mayoría de los coleccionistas. Otra de las obras sería una serie de cajas que llenaría con cemento y con las películas que había grabado pero que no había sacado jamás de sus latas.

La invisibilidad y cierta clase de humildad estaban asimismo en juego en uno de los últimos proyectos que Warhol se encargó a sí mismo, aun cuando sus vastos lienzos eran tan materiales e impresionantes como casi todo lo que había hecho.

«Rupert se presentó por fin con algunos de mis cuadros buenos. En realidad podía preparar una buena exposición de *Camuflajes* de tres por once metros». Warhol escribió esa entrada en su diario casi dos años después de dejar el espacio del número 860 de Broadway e instalarse en su nuevo edificio de ConEd. La sala en la que estaba pintando, originalmente concebida en las reformas como salón de baile, podría haber inspirado las enormes dimensiones de las nuevas obras; su excelencia y complejidad como arte plástico se antojan un rechazo a la banalidad de las recientes incursiones de Warhol en la cultura popular. Suficientemente grandes para adaptarse al S.S. Normandie, las pinturas de *Camuflaje* eran no obstante lo opuesto a *Vacaciones en el mar*. (Véase el encarte en color).

Jay Shriver recordaba que Warhol estaba buscando una premisa para una nueva tanda de obras que deseaba hacer como pura creación artística, no por encargo ni pensando en las ventas. El asistente le brindó esa premisa, como hiciera con los *Rorschachs*. Había estado utilizando redes de camuflaje en sus propias obras, y le sugirió a su jefe que tal vez podría hallar inspiración en ellas. Así ocurrió: se limitó a echar sus goterones característicos y utilizar ese patrón como arte abstracto, que serigrafió a lo largo y ancho de vastas extensiones de lienzo, a cuyo lado hasta sus *Rorschachs* parecían pequeños. En una de sus típicas pullas contra la supuesta fineza de su arte plástico, contaba que el nuevo proyecto le permitía pintar cuadros «por metros». Existen, en efecto, alrededor de sesenta o setenta pinturas de *Camuflaje*, en las que Warhol puso tanto esmero que visitaba de hecho a su serigrafista para supervisar la ejecución de las obras, una práctica por lo demás casi inédita en él.

Al igual que las *Oxidaciones* y los *Rorschachs*, los cuadros de *Camuflaje* son todo lo abstractos que puede ser una imagen —al fin y a la postre, ¿de qué podría ser imagen el camuflaje?—, al tiempo que

estaban conectados todo lo posible con objetos reales del mundo. Cabría decir incluso que eran trampantojos, toda vez que se asemejan precisamente a los tejidos que representan.

Pero devienen más complejos todavía, incluso desconcertantes, cuando se interpretan como las más puras de las abstracciones. Después de todo, la función más básica del arte abstracto es justamente ser visto, excepto que Warhol creó aquí abstracciones a partir de un patrón cuya única función auténtica en el mundo es ser invisible por completo. Incluso se le ocurrió la idea de exponer las pinturas de *Camuflaje* en una pared cubierta con el mismo patrón, empleando el camuflaje para camuflar el propio patrón del camuflaje.

Pese a toda su abstracción, los *Rorschachs* de Warhol habían versado sobre el acto de «lectura» que reviste tanta importancia cuando respondemos al arte. A pesar de su semejanza en cuanto acumulaciones de manchas, sus nuevos camuflajes versaban sobre lo ilegible en el arte; cabría describirlos como anti *Rorschachs* que frustran nuestras tentativas de ver y de saber.

La complejidad crece cuando Warhol hizo que su patrón de camuflaje «abstracto» contrastase frente a imágenes realistas. Cuando lo mezcló con retratos serigrafiados de él mismo o de Joseph Beuys, diríase que estaba haciendo un alegato en pro del peculiar ocultamiento y misterio de los artistas. Cuando hizo que su camuflaje se arrastrase a través de la estatua de la Libertad, evocaba la militarización de Estados Unidos. El extremista de Ronald Reagan estaba en su segundo mandato como presidente cuando Warhol andaba atareado con sus camuflajes; justo antes de la primera elección del republicano, nuestro artista había tildado de «escalofriante» la perspectiva. Da la impresión de que la serie completa de *Camuflajes* podría hundir sus raíces en un esfuerzo reciente de Warhol por pintar de algún modo «cuadros bélicos» que estuviesen a la altura de su mejor arte. Sin duda, con ello pretendía compensar su creciente reputación como creador de arte ligero y de cultura blanda, pero reflejaba asimismo la situación de la nación.

En otro cuadro con un tono extrañamente belicoso, el camuflaje de Warhol, pintado en verdes que evocan la fatiga de combate, oculta casi por completo una imagen de *La última cena* de Leonardo da Vinci, serigrafiada casi al tamaño del mural original. (Véase el encarte en color). Es difícil decir si el contraste del camuflaje con la escena sagrada representa una batalla librada entre la verdadera santidad y lo peor de este mundo, o si el cruel camuflaje anula y niega la posibilidad misma de la bondad, invalidando la visión esperanzadora de Leonardo. Warhol era ciertamente más proclive al pesimismo que al optimismo cuando se trataba de juzgar el comportamiento humano.

Más probable aún era que el cuadro tuviera más que ver con el arte

que con cualquier otra cosa, como sucede con tanta frecuencia con Warhol. El patrón de camuflaje realiza una magnífica labor emulando los daños que tornaban el Leonardo original casi tan ilegible como la versión camuflada de nuestro artista. Este firmó de hecho una petición para garantizar que los restauradores dejasen en paz esos daños.

Es posible que Shriver ofreciera el impulso para el trabajo tardío de Warhol con el camuflaje, pero el terreno ya había sido abonado; la ciudad natal del artista le había ofrecido modelos tempranos. Durante la Segunda Guerra Mundial, los estudiantes de su *alma mater* habían trabajado en patrones de camuflaje e incluso los habían expuesto, como lo habían hecho los artistas más veteranos que Warhol había llegado a ver en la galería Outlines. Y más tarde, en 1964, acudió a la inauguración en Nueva York de la exposición de un artista pop francés, Alain Jacquet, que utilizaba patrones de camuflaje en sus obras y vestía un traje de camuflaje la noche en que Warhol lo conoció.

Pero nuestro artista tenía referentes más inmediatos y recientes que aquellos. Paige Powell le oyó mencionar el camuflaje que veía en los camiones de la Guardia Nacional de la Armería de Park Avenue, que cruzaba todos los domingos de camino a la iglesia. Y no podría haber pasado por alto las modas de camuflaje que triunfaban por doquier en los ambientes punk y *new wave* desde hacía casi una década. En enero de 1981, la revista nada punk *Seventeen* publicó un reportaje de siete páginas titulado «Go Wild over Camouflage» [«Se vuelven locos por el camuflaje»], con una franja lateral en los disparatados colores en los que estaba empezando a verse el patrón, el mismo que se veía en algunas de las obras de arte serigrafiadas por Warhol. Dos meses después del reportaje de *Seventeen*, una agencia de noticias estaba informando de que la tendencia había llegado a Estados Unidos desde los salones de alta costura de París; una fuente más warholiana aún, especialmente dado que a su amiga Pat Cleveland se le atribuía el mérito de ser la pionera del camuflaje. Para la decoración navideña de 1983 en la novedosa tienda de moda Fiorucci, un joven amigo (y amante) de Warhol llamado Philip Monaghan cubrió el espacio entero con tela de camuflaje que había pintado a mano. Este aseguraba que, cuando nuestro artista siguió su rutina acostumbrada de solicitar ideas artísticas, «yo señalé el camuflaje y dije “Andy, se trata de la guerra”». Al día siguiente, el amigo de Monaghan Benjamin Liu le telefoneó desde el estudio de Warhol: «¿Qué le dijiste? ¡Todo el mundo ha salido a comprar cualquier cosa que tenga camuflaje!».

Por consiguiente, resulta que uno de los proyectos más feroces y más ferozmente conceptuales de Warhol pudo ser en realidad y después de todo una apropiación pop de la cultura popular. Y ello, a su vez, hacía que armonizase con un nuevo movimiento de arte

irónico de los ochenta llamado neo geo, que empleaba la abstracción para comentar el estado del mundo. Warhol, que contaba casi sesenta años, había logrado como siempre seguir la pista a los nuevos derroteros del arte, aunque las obras de *Camuflaje* eran tan potentes e inteligentes que casi lo situaban a la cabeza.

También como de costumbre, las obras excelentes de Warhol eran las que más dificultades tenían para hallar un lugar en el mundo. Casi todas sus pinturas de *Camuflaje* permanecieron en su estudio hasta que volvieron a salir a la luz después de su muerte, un destino compartido con sus *Rorschachs*.

Andy Warhol siempre parecía gustar de hacer coincidir los cambios importantes que acontecían en su vida, acaso para sobreponerse a ellos de una vez. En 1968, justo después de cambiar de estudio y de regresar del hospital, recibió a Jed Johnson en su casa. En 1974, mientras sus empleados cargaban con cajas hasta el superespacioso estudio de Union Square, una empresa de mudanzas transportaba sus muebles hasta la nueva y lujosa casa adosada de la calle Sesenta y seis. Y en 1982, con las reformas masivas del edificio de ConEd en marcha, nuestro artista efectuó un cambio igualmente grande en su situación doméstica: la casa de la calle Sesenta y seis se convirtió en el hogar de Jon Gould, aquel joven vicepresidente de Paramount a quien Warhol había inundado de flores después de la partida de Johnson.

La evolución del cortejo resulta a la par dulce y triste. Warhol, una de las figuras culturales más potentes y cáusticas de la época, se comportaba como un cachorro solitario y loco de amor. En abril de 1981, preparó una cena de Pascua temprana para Gould y escribió en su diario que había hecho a su amado una visita guiada por la casa «para impresionarlo, y le insinuaba como un loco que todo eso podía ser suyo, que había una habitación que llevaba su nombre». Pero al día siguiente, cuando el joven fue a visitar a su familia, la entrada del diario de Warhol adquirió un tono notablemente menos optimista: «He vuelto a casa solo y descorazonado porque nadie me quiere, y es Pascua y he llorado». Unos días después halló la causa: «He estado pensando que todos mis problemas obedecen a que me siento viejo. Y veo a todos esos chicos jóvenes germinando. Así pues, he identificado con precisión el problema». Su solución pasaba por arrimarse al joven Jon Gould para contagiarse de su juventud.

El de Paramount tenía veintisiete años cuando Warhol lo conoció, con viejas raíces en Nueva Inglaterra. Era fornido y tenía el cuerpo fuerte de un atleta universitario, y ambas cualidades agradaban al artista sobremanera, pues hizo infinidad de vídeos y fotos de Gould, a menudo con el torso desnudo. Christopher Makos había presentado a

los dos hombres y Warhol le ofreció un raro reloj Jaeger-LeCoultre si conseguía que el joven durmiera con él, pero no sabemos si aquello dio algún fruto. (Lo que sí sabemos es que Makos jamás recibió su reloj). El trágico defecto de Gould era que se negaba a admitir en público su homosexualidad, pese a ser algo sobradamente conocido en la mayoría de los círculos en los que Warhol y él se movían. Un Día de la Madre, cuando ambos fueron a visitar a la familia del joven en Massachusetts, Paige Powell les acompañó en calidad de «novia» de Warhol, para encubrir su homosexualidad. Gould le pidió que dejara de mencionar su romance incluso en su diario.

«Me encanta salir con Jon —decía Warhol— porque es como estar en una cita real; es alto y fuerte, y siento que puede cuidar de mí. Y es emocionante porque se comporta como un hetero, y estoy seguro de que la gente cree que lo es». La «emoción» de Warhol hundía sus raíces en una disfunción auténtica en la psique de Gould, y acabó lastimando al artista, para quien Gould jamás pudo llegar a ser más que un extraño e inalcanzable objeto de deseo.

El prolongado cortejo muestra a Warhol haciendo todo cuanto estaba en su poder para conquistar el corazón de Gould, sobre todo llevándolo a sitios importantes, presentándole a personas importantes y haciéndole regalos importantes. Le obsequió con un collar doble de perlas de Bulgari (que llevaba a la playa), un par de caballos de carrusel antiguos y, lo más extravagante de todo, un retrato que pintó de él. (Produjo docenas de versiones del retrato, sin duda por razones del corazón, no con ánimo de lucro). Warhol llevó a Gould a hacer un recorrido en helicóptero sobre Manhattan por su cumpleaños y a dar un paseo en yate por las aguas circundantes, por no mencionar sus vuelos a Palm Beach y a la isla caribeña de San Martín. En las visitas a Aspen, nuestro artista hacía todo lo posible por seguir el ritmo de su joven y atlético amor, dando incluso paseos en motos de nieve y probando suerte en el esquí, en cuyo intento casi se rompió la muñeca. En una de esas visitas, Warhol tuvo el pensamiento paranoico de que Gould había intentado matarlo haciéndole caer de su moto de nieve y por un precipicio, si bien en nieve blanda. (Él desconocía que otro conductor había arrojado nieve a la cara del joven). «Me enfrenté a Jon —contaba Warhol— y este me dijo que estaba loco y me sentí aliviado». El hecho de que Warhol pudiera albergar semejantes pensamientos nos da una idea de la falta de confianza en su romance.

Pero de una u otra forma, resultaba evidente que Warhol estaba perdidamente enamorado de su nuevo chico. Una de las poquísimas cartas que se conservan de él está dirigida a Gould; sus erratas recuerdan a las que nuestro artista había dejado en sus últimas tentativas notables de correspondencia amorosa, allá por los años cincuenta:

Mi querido Jon:

Mientras estoy aquí sentado en la oficina todos se han marchado. Estoy solo y pienso en ti. Te quiero más de lo que acierto a decir. Cada vez que vas a California paso todo mi tiempo solo, llorando y pensando en ti. Como si no existiera nadie más en el mundo. Ojalá estuvieras aquí ahora para poder olerte y besar tus orejas.

Por favor, vuelve corriendo a casa, no puedo vivir sin ti.

Todo mi amor para siempre,

Lo que resulta especialmente conmovedor es que la carta no está firmada; habida cuenta de que se conserva en una *Cápsula del tiempo*, casi con certeza nunca fue enviada. Revela las poderosas emociones que Warhol quizá no se atreviera a expresar jamás a su semi o pseudonovio, que no había salido del armario. El artista conservaba pilas de primeros planos del cuerpo y la cara de Gould, que había arrancado de fotos que en su momento incluían a otras personas; están tan claramente tocadas y retocadas por las manos de Warhol que parecen reliquias sagradas.

Fred Hughes describía la relación de ambos hombres como «la aventura amorosa más seria en la vida de Andy», y no se trataba de un sueño imposible ni obviamente no correspondido. Warhol recibió innumerables tarjetas de San Valentín y de felicitación por parte de Gould, con frases garabateadas como «Andy, te echo de menos… esta noche… Besos enormes, John». Cuando este regaló a Warhol una agenda de escritorio para 1985, el joven usó un bolígrafo para cambiar el epígrafe impreso en la portada de «Todo lo que haces» por «¡Andy, todo lo que haces me llena de felicidad! Besos, Jon».

La felicitación navideña de 1983 de Gould a Warhol rezaba:

Andy:

Feliz Navidad y próspero Año Nuevo. Que sigamos creciendo juntos y amándonos mutuamente. Confío en que (nos) vaya cada vez mejor.

Con amor,

XXXX

Jon

Gracias por ser tú

«Andy estaba locamente enamorado de Jon y Jon estaba fascinado por Andy», decía Christopher Makos, añadiendo que mucha de la fascinación de Gould era en realidad por el dinero del artista. Pero el propio Warhol sin duda tenía todos los motivos para creer en el cariño real y profundo del muchacho, y nosotros no tenemos muchas razones para ponerlo en duda. Un joven amigo que acompañó a Gould y a nuestro artista en uno de sus paseos en moto de nieve les describía como «una pareja auténtica» que claramente se adoraban uno a otro.

El propio Warhol no estaba exento de motivos ulteriores en la relación. No podía resistirse a imaginar que el cargo de Gould en

Paramount, por humilde que fuera, quizá acabara dando entrada a su estudio en Hollywood; en tanto que el joven, deseoso de pasar del marketing a la producción, pensaba que podría conseguirlo con un proyecto con Warhol. (Un amigo de Warhol, que investigó a fondo el puesto que ocupaba Gould en Paramount, lo describió como «vicepresidente encargado de los memorandos internos»).

Los diarios de Warhol lo muestran mes tras mes en la deliciosa agonía del «me quiere, no me quiere», sin acomodarse jamás realmente en el confort de un verdadero romance. Al cabo de un par de años saliendo juntos, el artista seguía teniendo el alma en vilo en lo tocante al compromiso de Gould con él: «Dice que necesita ser él mismo, y yo siempre tengo la sensación de que está a punto de marcharse, por lo que nunca me encuentro relajado».

Nada de ello había impedido que Gould accediese a mudarse con Warhol, quizá ya en 1982. Dormía en el antiguo «despacho» de Johnson, en el piso de arriba, en lugar de en la habitación del artista porque, según alegaba, los perros salchicha se tiraban pedos encima de él en la cama. (Archie y Amos estaban resentidos con el recién llegado y ladraban cada vez que aparecía). Una almohada con la inscripción bordada «A.W. + J.G.» marcaba su nuevo arreglo doméstico, que muy posiblemente habría bordado el propio Warhol. Pero incluso mientras Gould permanecía bajo el techo del artista, recibió asimismo su ayuda para comprar un apartamento en el famoso Hotel des Artistes en las inmediaciones de Central Park. Curiosamente, el edificio estaba pegado al inmueble donde Jed Johnson había comprado su piso unos años antes, también gracias a Warhol. Gould no quería recibir el correo en casa de este, de modo que su nuevo apartamento funcionaba como un costosísimo apartado de Correos.

Una nueva y trágica fuente de ansiedad entró en la relación a principios de febrero de 1984. Un joven Gould aparentemente sano estuvo ingresado en el hospital con neumonía durante casi un mes, y Warhol lo visitó cada noche. (Hasta ahí llegó su miedo paralizante a los hospitales). Cuando el enfermo regresó a la calle Sesenta y seis, nuestro artista indicó a las hermanas Bugarin que lavasen por separado la ropa y los platos de la pareja. Admitido o no plenamente por los dos hombres —en sus fueros internos o uno ante el otro—, debía de ser evidente que el joven sufría sida, la enfermedad que acabaría con su vida al cabo de unos treinta meses.

Mientras aguardaba su destino, Gould comenzó a pasar cada vez más tiempo en Los Ángeles, donde acabó comprándose una casa. En una visita a la ciudad a comienzos de 1985 con motivo de los preparativos de *Vacaciones en el mar*, Warhol le contó a su diario que el joven estaba «intentando dedicarse a la producción en Paramount, por lo que tenía que pasar más tiempo allí». Cabe preguntarse si se

creía de veras esa justificación por su creciente separación. El día anterior había recibido la noticia de que *Interview* acababa de perder a un segundo editor a causa del sida.

A pesar de su germofobia, Warhol parecía ver el creciente alejamiento de Gould respecto de su vida solo con pesar, no con alivio. «Después de invertir tanto tiempo, dinero y esfuerzo en tener de nuevo una relación y ver cómo esta se desmoronaba delante de sus ojos, creo que quedó tremendamente desencantado», comentaba Makos, que pasaba más tiempo que nadie con la pareja. Cuando se encontraba en Los Ángeles con motivo del rodaje de *Vacaciones en el mar*, el placer de Warhol en aquel momento de triunfo cultural fue mitigado por el fracaso, cada vez más evidente, de su romance: «Me sentía deprimido. Jon regresó a Nueva York, supongo que no quería que lo relacionaran conmigo en Los Ángeles. Nunca me dio las llaves de su nueva casa, así que imagino que jamás me quedaré allí y… no sé. La vida es interesante, supongo». Warhol decía que mantenía los ojos abiertos en las fiestas en busca de «alguien que llene la nueva vacante como mi esposa neoyorquina», lo cual suena mucho más sarcástico que esperanzado. De regreso en casa, un par de meses después, nuestro artista concluía con auténtica amargura una entrada del diario: «Me fui a dormir afrontando la vida en soledad».

La enfermedad de Jon Gould fue el encuentro más íntimo de Warhol con una epidemia que llevaba varios años acechando. Ya en febrero de 1982 hablaba del «cáncer gay», y se mostraba tan paranoico al respecto como el que más: «Me preocupa poder contraerlo bebiendo del mismo vaso o simplemente estando cerca de esos chicos que van a los baños». Muchos de sus propios «chicos» lo hacían.

Al cabo de un año, después de que circulase un falso rumor acerca de la salud de Calvin Klein, a Warhol le preocupaba que el diseñador le hubiera besado demasiado fuerte y que su barba de varios días le hubiese perforado la piel y contagiado el virus. En el otoño de 1983, tiró un sándwich que acababa de comprar porque advirtió que lo había preparado un homosexual. Eso ocurrió unas semanas después de que un médico hubiera hecho el recuento de células T en la sangre de Warhol, una prueba rudimentaria del sida usada antes de haberse identificado el VIH.

Existía ciertamente mucho temor a la enfermedad. La muerte asolaba el mundo de Warhol. El sida se había llevado a Zoli, el director de su agencia de modelos, el año después de que nuestro artista hubiera ingresado en ella. Robert Hayes, el predecesor de Gael Love como editor de *Interview*, empezó a faltar al trabajo por una enfermedad u otra y luego murió de sida en julio de 1984. Seis meses más tarde lo siguió su compañero editor Peter Lester; después el viejo amigo de Warhol Ted Carey; a continuación fue Perry Ellis, el

diseñador favorito de nuestro artista; luego el comisario artístico Mario Amaya, que había recibido un disparo de Solanas al mismo tiempo que él, y finalmente su querido amigo Sam Wagstaff, que fallecería un mes antes que el propio Warhol. Días antes de su muerte, no a causa del sida, este leyó un artículo de *Vanity Fair* sobre los estragos que estaba causando la enfermedad en la comunidad de las artes: de su cuadrícula con cincuenta fotos de víctimas, diez eran personas próximas a nuestro artista.

Es probable que la tragedia del sida afectara al arte de Warhol. Superpuesto a toda suerte de imágenes más humanas, su patrón de camuflaje es fácilmente interpretable como una supuración infecciosa sobre el portaobjetos de un microscopio. Trabajó asimismo en una serie de cuadros conocidos como los *Diagramas fisiológicos*, basados en esquemas médicos del interior del cuerpo humano. Cuando el marchante británico Anthony d'Offay encargó a Warhol una serie de autorretratos —los últimos que haría, aunque nadie podría haberlo sabido entonces—, el artista creó imágenes que convirtieron su rostro en algo cercano a una calavera. D'Offay las rechazó en favor de versiones algo menos punzantes porque, según decía, la mortalidad ya estaba demasiado a la orden del día en esos tiempos: «Aquello me afectó mucho personalmente porque, aunque suene absurdo, suponía tentar al destino […]. Yo siempre pensaba en la muerte cuando Andy estaba conmigo», recordaba el marchante. No obstante, permitió que el artista le mostrase algunos autorretratos «infectados» por el patrón de camuflaje. Warhol anotó el rechazo inicial de D'Offay de los autorretratos más macilentos en la misma entrada de diario en la que registró su aterrorizada reacción ante el caso de un cliente cuyo sida había desencadenado demencia.

«Te estoy diciendo que no quiero volver a conocer a nadie en toda mi vida —dijo Warhol al oír la noticia de un «gran productor de televisión» de Hollywood que también tenía sida—. Es infinitamente mejor salir nada más que a cenar. Existen diferentes formas de divertirse, diferentes clases de personas con las que divertirse. No necesito romances». Es evidente que estaba pensando en Jon Gould y en su enfermedad.

El 21 de septiembre de 1986, Warhol dijo que su diario tendría que «escribirse él solo», acerca de una noticia de Los Ángeles que no soportaba comentar. Tres días antes, Gould había muerto en el hospital de la ciudad, una sombra de treinta y dos kilos de su antigua robustez. Fue mencionado en el artículo de *Vanity Fair*, pero su nombre no podía revelarse al tratarse de una víctima del sida que había estado tan encerrada en el armario.

En 1986, Warhol era «una compañía más amable y fácil que en cualquier otro tiempo desde que lo conocí», recordaría más tarde Pat Hackett. Paige Powell era de ese mismo parecer y afirmaba que el artista estaba comenzando a exhibir una cara más dulce, que antaño solamente habían conocido unos pocos compañeros muy próximos. La muchacha oyó que su jefe había comprado una casa para una de las hermanas Bugarin que se ocupaba de su hogar, lo cual parecía acorde con la persona en que se estaba convirtiendo Warhol. Powell también fue testigo de su nueva ternura hacia los animales. Una noche en su restaurante japonés favorito, fue incapaz de comerse la langosta que acababa de pedir, recién sacada de su tanque. Tanto ella como Stuart Pivar se percataron de que todas las mañanas de domingo Warhol se entregaba a la alimentación de las palomas del barrio; temprano para que nadie reparase en él. «Esa es mi obra benéfica», le dijo a Pivar.

Es difícil conocer la causa del ablandamiento de Warhol, ya fuese la tragedia del sida que estaba presenciando de primera mano, ya fuese la dulcificación que suele llegar con la edad. Sí parece que el abandono de las ideas de nuevas aventuras amorosas, al que el sida y sus problemas con Gould lo habían llevado, abocó a pensamientos o al menos fantasías de nuevos y más apacibles arreglos domésticos. Powell aseguraba que Warhol tenía la extraña idea de que acabarían casándose, y hasta la llevó a Bulgari para escoger un anillo. (Aunque en su diario confesó que ese matrimonio sería absurdo y que ella estaría «muy equivocada» si lo contemplase).

Powell también había mencionado una cena benéfica en la que Warhol y ella compartían mesa con el director de una agencia de adopción, y que el artista parecía muy conmovido. «La adopción de niños de Harlem es una buena obra —le confió a Pat Hackett a la mañana siguiente—. Y cuando ves a esos chavales te entran ganas de adoptar uno. Son preciosos. Le daré dinero a cualquiera que críe a uno de esos niños. Corre la voz». Powell contaba que más tarde ese mismo día le pidió que le consiguiese los papeles necesarios para que él mismo adoptase; siguió con la idea durante algún tiempo, imaginándosela incluso a ella como madre adoptiva, decía. Aquella no habría sido la primera vez que había tenido esa idea. En los años cincuenta se había ofrecido a adoptar al bebé de Imilda Vaughan y, durante las décadas siguientes, su debilidad por los niños y la atracción que estos sentían hacia él nunca disminuyeron.

Una adolescente que fue cercana a Warhol en los ochenta recordaba a este como un «encanto», que actuaba como una especie de tío protector, enfureciéndose, por ejemplo, cuando un acólito de más edad le ofrecía drogas. Y dos días después de la muerte del artista, otra joven con la que había trabado amistad cuando ella tenía trece años escribió a Fred Hughes contándole sus recuerdos:

> Una vez por semana, los viernes después del colegio, yo iba a la Factory. Andy dejaba lo que tuviese entre manos para charlar un rato conmigo. Siempre recordaba todo lo que le contaba y me preguntaba por lo ocurrido desde mi última visita. ¿Me había pedido salir aquel chico del colegio que me gustaba? ¿Me había ido bien el examen de ciencias? ¿Me había divertido en la fiesta del martes? Y así sin parar. Esas preguntas eran lo que él me daba. Quizá por primera vez en mi vida me sentía bien conmigo misma porque, si Andy Warhol se preocupaba por lo que yo hacía, tal vez, solo tal vez, yo valía algo, no era nula sino una mujer joven.

Incluso los adultos acudían a ver a Warhol como una fuerza análogamente afirmativa: «Andy era muy positivo para mí; el mero hecho de hablar con él era una gran inyección positiva —decía el amigo sueco que había arreglado el contrato del vodka Absolut—. Hacía felices a todos los que lo rodeaban».

Mediados los ochenta, Warhol hizo algún esfuerzo por transformar su imagen pública, de un vividor egocéntrico con la cabeza hueca en alguien preocupado por la sociedad que le rodeaba. Con la ayuda de un editor y escritor fantasma llamado Craig Nelson, publicó *America*, un libro de fotografías que incluía frases tales como: «Ojalá aparezca algún personaje en la vida pública que vuelva a hacer respetable ser pobre» y «Se calcula que hay entre trescientos mil y dos millones de personas viviendo en la calle en Estados Unidos. Este país es muy rico, y creo que cada mes veo más sintechos en la calle. ¿Cómo podemos permitir que siga ocurriendo esto?».

Warhol llegó a criticar a su propio personaje mediático:

> Con la gente centrada solo en sus personalidades públicas y con los medios de comunicación pendientes solo del ahora, nunca conocemos la historia completa de nada. Nuestros modelos, aquellos a quienes admiramos, las personas a las que los niños estadounidenses consideran héroes, son todos ellos personas incompletas. Por consiguiente, si tienes una vida real, puedes recibir un montón de ideas disparatadas a partir de esta información. Puedes pensar que eres un auténtico perdedor, y puedes también pensar que, si fueras rico, famoso o apuesto, tu vida sería perfecta. Los medios de comunicación convierten a cualquiera en una persona incompleta y pueden hacer que cualquiera crea que debería intentar también llegar a ser así.

En la época en la que Nelson conoció a Warhol, había desaparecido cualquier rastro del Drella chupasangre: «Él era ese dulce chico gay que trabajaba como un perro». Contaba el editor que uno de sus objetivos mientras colaboraba con el libro era rehabilitar a nuestro artista como el demócrata acérrimo que había sido desde un principio, en el contexto de una nación que se encontraba bajo el influjo de la cultura derechista de Ronald Reagan. La portada del libro osaba incluso representar la estatua de la Libertad cubierta de andamios,

como si el propio estilo de vida estadounidense hubiera sufrido daños.

Paige Powell indujo a Warhol a llevar a la práctica sus buenas intenciones. Su familia estaba demasiado lejos para ir a visitarla desde Oregón en el Acción de Gracias de 1985, por lo que decidió buscar un comedor social en Nueva York para hacer voluntariado. «¿Sabes?, a mí también me gustaría hacer algo así», dijo Warhol, pidiéndole que encontrase un trabajo de voluntario para él. Como todos los programas de las iglesias tenían la plantilla completa cuando Powell anduvo buscando, intentó en el Ejército de Salvación. Le dijeron que les vendría bien «su amigo» como un Papá Noel que tocase la campana en la esquina junto a su estudio, si aceptaba un turno completo de tres horas. «Yo dije: "Andy tiene que hacer esto". Y él se mostró un tanto reticente, pero dijo: "Está bien"». Se negó a llevar el traje completo de Papá Noel, pero se pondría al menos el gorro y algún tipo de vello facial al estilo de Kris Kringle, durante cuarenta y cinco minutos seguidos. «¡Oye, se supone que tienes que estar allí tres horas! Te has comprometido», protestó Powell, pero fue en vano. Warhol decía que tenía demasiado trabajo en su oficina, pero al día siguiente le pidió a su empleada que volviese a buscar en los comedores sociales. Ella acabó encontrando un sitio para sus buenas obras en la preciosa iglesia episcopal del Descanso Celestial que había en el elegante Upper East Side, justo al lado del Museo Guggenheim, en la Quinta Avenida, y fueron a servir comida a los pobres aquellas navidades, lo cual repitieron posteriormente en varias vacaciones el año siguiente. «Andy trabajaba muy duro —recordaba Powell—. Limpiaba los suelos y plegaba las sillas».

En la hagiografía que brotó espontáneamente a partir de los amigos de Warhol justo después de su muerte, su periodo en el comedor social se consideraba un signo de notable santidad y religiosidad, pero es probable que aquello fuese una alabanza excesiva. La buena obra fue iniciada por Powell, no por Warhol, tuvo lugar en una iglesia cuya denominación rechazaba al Papa del propio artista —sin duda, un «buen católico» podría haber encontrado trabajo que hacer en una iglesia que no descendiera de Martín Lutero—, y no hay ningún motivo para pensar que Warhol habría sido menos feliz haciendo el bien en un lugar sin ninguna vinculación religiosa. (Es improbable que hubiera visto alguna connotación sagrada en su traje de Papá Noel y sus campanas). En cuanto a la idea de que servir comida a los pobres resultaba un tanto insólito para un artista como él, y por consiguiente era un signo de su singular piedad, en el Descanso Celestial lo acompañaban amigos y empleados entre los que figuraban Stuart Pivar, judío, y también el pecador consumado de Victor Hugo, que se las arreglaba para gritar a los comensales a quienes debían ayudar.

A mediados de los años ochenta, muchos integrantes del mundo

artístico se dedicaban a curar las heridas abiertas de amantes, amigos y extraños que había contraído el virus del sida, así como las ocasionadas por el desprecio de la sociedad convencional. Los fundadores y miembros de los grupos contra el sida ACT UP y Gran Fury fueron los verdaderos santos del mundo de Warhol. En ese sentido, ciertamente uno importante, la labor de nuestro artista en el comedor social era buena pero no extraordinaria. No estuvo en modo alguno desaparecido durante la crisis del sida, como algunos han sostenido, participó en numerosos actos benéficos e incluso se inscribió como «copresidente» de uno de ellos. Ahora bien, en comparación con sus colegas, que cuidaban de los moribundos y salían a las calles —incluidos muchos ateos, judíos y budistas—, Warhol era simplemente un pecador mejor que la media.

Si sentimos la tentación de ver la decencia común de los últimos años de nuestro artista como una conversión a la virtud en la etapa final de su vida, ello puede deberse a que no hayamos comprendido que Drella fue decente desde el primer momento.

En uno de sus últimos paseos en limusina.

50
1986–1987

CRISTALOTERAPIA | *ÚLTIMAS CENAS* EN MILÁN | FOTOS COSIDAS | LA ÚLTIMA PASARELA | PROBLEMAS DE VESÍCULA BILIAR | LA CIRUGÍA MORTAL

«La mejor forma de marcharse es deprisa. Es como irse a dormir».

En su intento desesperado de evitar la muerte segura, Jon Gould podría haber contribuido a la muerte de Andy Warhol.

«Voy a ir a un médico que te pone cristales encima y eso te da energía —contó el artista a su diario a finales del verano de 1984—. Jon está interesado en esa clase de cosas; dice que eso te da "poderes", y creo que será bueno hacerlo. La salud es riqueza». No parece probable que los cristales mejoraran su salud, pero ciertamente afectaron a su riqueza.

Al día siguiente, Warhol había hecho la primera de numerosas visitas a un caro curandero llamado Andrew Bernsohn, que decía que podía «programar» los cristales para que curasen toda clase de dolencias. Según aquel doctor, los granos de Warhol desaparecerían una vez que este llevara un cristal capaz de restablecer la salud de su páncreas. En una de las primeras sesiones, Bernsohn «preguntó» al cristal que había indicado al artista que comprase (a un proveedor amigo suyo) por cuánto tiempo quería ser programado, y este «respondió» que necesitaba cuatro días enteros de atención por parte de Bernsohn. «Así que voy a esperar cuatro días y luego he de tenerlo conmigo siempre y a no más de tres metros cuando esté durmiendo. De veras creo que todo este abracadabra funciona. Es pensamiento positivo —decía Warhol cuando se lo contaba a Hackett—. Me dijo que yo albergaba energías negativas y le pregunté cuánto tiempo tendría que acudir a verlo, pero no me contestó. Es todo muy abstracto. Pero lo cierto es que te sientes mejor cuando sales».

Warhol, un escéptico rotundo e incluso cínico en los vericuetos del arte plástico, resultó ser un ingenuo desamparado en lo tocante a la ciencia y la salud. Incluso mientras estaba de pie en su vitrina como su propia *Escultura invisible*, una obra de arte tan dura como cualquiera pudiera pedir, llevaba el colgante de cristal, que casi nunca se separaba de su cuerpo. Un amigo escéptico lo describía como «una

cosa realmente barata con alguna clase de gel en su interior [...]. Te dice cuál es tu estado de ánimo».

Seis semanas después de morder el anzuelo de Bernsohn, Warhol fue pescado en una visita a un tal doctor Reese, el «médico jefe de los cristales», con el pago en efectivo y por adelantado, por supuesto:

> Te pasan la mano por encima en sitios extraños y dicen unos códigos, y dicen que han encontrado un «agujero» o algo parecido a «Aquí hay un agujero que se está escapando», y dicen «C85, 14, 15, D-23, evita el 18, 75 raya 4...». Y luego él comentaba algo sobre mí y el doctor Bernsohn respondía: «Oh, no siente nada». Y el doctor me prometía: «Le hablaré de ello la próxima semana», después de que el otro doctor dijera: «No sabía que tuviera un caso tan extremo».

Cuando Warhol se topó con un chico de Harvard de los tiempos de la Silver Factory, recibió una lección sobre credulidad: «No podía creer que alguien tan inteligente como yo empezara a creer en los cristales después de haber logrado salir airoso de los sesenta y de haberme reído de todas esas historias hippies». Warhol se encontró con más resistencia todavía cuando cometió el error de acudir a uno de sus «tratamientos» con cristales acompañado por su amigo Stuart Pivar, que era un químico cualificado. «Le hablé con mucha franqueza: "¿Qué clase de gilipollez es esta?" —contó este—. Todos sabían que era una gilipollez, y cobraban a Andy por ella». Resultó que los cristales eran suministrados por el hijo del médico jefe, y Warhol pagó diez mil dólares por uno «especial» de Canadá que en realidad era radio. Otros, decían los «sanadores», habían sido energizados por contacto con las pirámides de Giza o el Muro de las Lamentaciones de Jerusalén.

Había momentos en los que el escepticismo natural de nuestro artista parecía retornar, especialmente cuando los cristalólogos empezaron a hablar de intercambiar cristales por retratos suyos valorados en cincuenta mil dólares, de que necesitaban mecenas para financiar sus investigaciones y de que querían que Warhol se uniese a ellos en el Tíbet. (Jon Gould, desesperado y moribundo en su lucha contra el sida, hizo el viaje). Warhol quedó menos que impresionado cuando un cristal anticucarachas que había colocado en la cocina de la oficina parecía hacer que los bichos se multiplicasen. Y sí que advirtió que un cristal especial destinado a protegerlo contra las desgracias no logró impedir que una joven le arrancase la peluca de la cabeza en una firma de libros. No obstante, Warhol era básicamente un cordero conducido al matadero a manos de sus curanderos. (Visitaba con regularidad a una tal doctora Linda Li, que, aunque acreditada como quiropráctica, había sido quien le había presentado al tipo de los cristales. Li siguió reforzando todas aquellas sandeces al tiempo que soltaba algunas más de cosecha propia, como que el hermano de

Warhol «invadía» sus cristales y que la magia negra yacía oculta en los números de su guía telefónica).

Cuando un joven empleado interrogó a Warhol acerca de su conversión a los cristales, este le respondió: «Siempre he envidiado a las chicas porque viven más tiempo y ahora sé por qué: los cristales. Los diamantes son en realidad el mejor amigo de una chica». Solía remojar un cristal en el agua que hervía para preparar sus gachas del desayuno.

Toda esa ingenuidad podría no haber causado daño alguno, de no ser por el hecho de que estaba consumiendo remedios de charlatán justo cuando se hallaba verdaderamente enfermo y necesitaba con urgencia un tratamiento médico real. Un espectador de la exposición de 1986 en Londres describió a Warhol como «el individuo más enfermizo que yo jamás había visto y que en realidad no estaba enfermo». Pero, casi con certeza, el artista lo estaba.

Tanto Christopher Makos como Stuart Pivar han hecho referencia al dolor casi constante que veían soportar a Warhol a finales de los ochenta, y es probable que este estuviera más enfermo incluso de lo que ellos sabían. Ya fuese la causa, ya fuese el efecto de su enfermedad, en muchas fotos parece sumamente demacrado, y Pivar observó a su amigo tomando gotas que asumía que eran narcóticas. Brigid Berlin ha mencionado su suministro infinito de comprimidos de meperidina, según decía, para la vesícula biliar de Warhol, que tenía brotes periódicos tras la primera crisis, en 1973. Él sencillamente se negaba a que se la extirpasen, incluso mucho después de haberse recuperado lo suficiente de las heridas de los disparos para soportar otra operación. No negaba que la dolencia estuviese ahí; encargaba a sus amigos que le consiguiesen la medicación que había probado una vez en Japón y que confiaba en que disolviera sus cálculos biliares. (Esta no funcionaba con el tipo concreto de piedras que él tenía). También cambió su dieta, sustituyendo finalmente el alcohol por el té, evitando la mayoría de las carnes e ingiriendo vastas cantidades de vitaminas y ajo crudo, según Sam Bolton, el joven «amor» de los últimos años de Warhol.

Sin embargo, el único tratamiento comprobado era la cirugía, que el artista no aceptaba, ni siquiera después de que a Brigid Berlin le hubieran quitado la vesícula biliar con los mejores resultados, como él mismo reconocía: «Estaba radiante y, Dios mío, la verdad es que la cicatriz de su vesícula es hermosa; apenas se aprecian las marcas de las grapas». (Berlin le regaló las piedras extirpadas por los cirujanos). Warhol había encontrado a su amigo Maxime de la Falaise con un aspecto «excelente» después de la misma operación. Sin embargo, en lugar de seguir el ejemplo de estos, dejó sin tratar en absoluto su último ataque de vesícula biliar, a finales de 1986, de suerte que el

órgano ahora moribundo quedó peligrosamente infectado. Contra todo pronóstico, hasta los cristales más caros de Warhol parecían fallarle.

«Estaba muy enfermo cuando vino a Milán, tenía unos dolores tremendos». Así recordaba Daniela Morera, editora europea de *Interview*, la llegada de Warhol a Italia para la que resultaría ser su última exposición, a finales de enero de 1987.

Si no hubiera estado sufriendo, la visita podría haber sido alegre. Su exposición de Milán era la culminación de un proyecto en el que llevaba trabajando casi dos años. Este había comenzado con un encargo de un millón de dólares por parte del marchante milanés Alexander Iolas, el mismo hombre que había ofrecido a Warhol su primerísima exposición en Nueva York, treinta y cinco años atrás. Un banco cuyas oficinas se encontraban en un antiguo orfanato de la ciudad italiana había pedido a Iolas que llenase con arte un espacio enorme de su edificio, y a este se le ocurrió de inmediato una idea apropiadamente ostentosa: dado que el orfanato estaba enfrente del edificio que albergaba *La última cena*, de Leonardo da Vinci, encargaría a varios artistas versiones sobre esa obra maestra. Resultó que Warhol fue el único que aceptó la invitación del marchante, tal vez porque sus colegas no vieron ningún futuro en enfrentarse cara a cara con una de las pinturas más extraordinarias y famosas del canon occidental. (Véase el encarte en color). Es difícil saber si aceptó la oferta de Iolas porque se sintió atraído por el desafío o por el dinero que suponía afrontarlo. O quizá aceptara porque ya había comenzado de todos modos a hacer versiones sobre ese Leonardo, ejercitando su habitual y virtuosa habilidad para asimilarlo todo, después de que una artista mucho más joven le hubiera enviado un paquete de catorce páginas sobre su ambicioso (pero bastante terrible) proyecto basado en *La última cena*. Cualesquiera que fuesen los orígenes del último leonardismo de Warhol, cuando mencionó el encargo del marchante milanés en sus diarios fue con desprecio hacia sí mismo por ser un vendido: «Estoy haciendo *La última cena* para Iolas […]. Así que supongo que soy un artista comercial. Supongo que ese es el resultado». Aunque, casi con el mismo autodesprecio, Warhol declaró a un periódico italiano que las *Últimas cenas* lo convirtieron más bien en un «pintor dominguero» porque, como él decía, «durante la semana tengo que ganarme la vida y financiar a mis cincuenta empleados. Por eso [el proyecto] me ha llevado tanto tiempo. Pero he trabajado duro en él».

No obstante, tomó algunos atajos para que estuvieran listos a tiempo sus cuadros terminados, que tenían que ser grandes y múltiples para llenar los seiscientos metros cuadrados de espacio que ahora

tenía a su entera disposición. Cuatro lienzos gigantescos y veintiuna piezas de menor tamaño hicieron el viaje a Milán, del centenar que Warhol había pintado en total.

Cuando llegó la hora de hacer su nueva colección de pinturas sagradas, nuestro artista halló fácil inspiración en las obras de la hermana Corita Kent, la monja rebelde cuyo sagrado pop art, para empezar, estaba a su vez basado profundamente en el de Warhol. De ella absorbió la idea de usar marcas comerciales y logos corporativos para transmitir dobles sentidos religiosos. Kent había copiado el logotipo y el eslogan de «la gran G» de los alimentos de General Mills para representar la G de *god*, y en una de sus *Últimas cenas*, Warhol hizo lo propio con la de General Electric, que se asemejaba mucho a la de la monja. Incluyó la expresión kentiana «la gran C» en otro cuadro de *La última cena* como una referencia tanto a Cristo como al cáncer; probablemente el «cáncer gay» que de hecho estaba matando a Iolas, el patrocinador de la pintura, cuando Warhol lo vio en Milán. Allí donde Kent había utilizado la marca Wonder Bread para evocar la maravilla ante lo divino, nuestro artista empleó el ojo de lechuza en el símbolo de las patatas fritas Wise y la paloma del jabón Dove para lograr un efecto similar en sus imágenes de un Cristo sabio y amoroso.

En otras obras para el proyecto, incluidas todas las que viajaron finalmente a Milán, Warhol repitió sus más trillados conceptos pop. Cuando hizo serigrafiar sesenta veces sobre un único lienzo *La última cena* de Leonardo, no tuvo el doble de éxito que cuando había repetido la *Mona Lisa* la mitad de esas veces en sus *Treinta son mejor que una*, allá por 1963. Ambas obras versan sobre la ubicuidad de su tema como un icono artístico y cultural, y de hecho Warhol se había empapado de reproducciones de *La última cena* desde una edad temprana. Decía que, cuando era niño, sus hermanos y él debían santiguarse cada vez que pasaban por delante de la versión de la obra que su madre había colgado en su casa; en la universidad, un libro de texto había puesto por las nubes la manera en que el cuadro de Leonardo, reproducido a toda página, «unía todos los hilos conductores del pensamiento cristiano con las invenciones más significativas del pensamiento del arte gótico y clásico».

El propio Warhol negaba que su fuente tuviera ningún significado especial para él: «Es un buen cuadro […]. Es algo que ves todo el tiempo. No piensas en él». Le confesó a su ayudante Benjamin Liu que su objetivo era hacer «emocionante de nuevo» aquel viejo y famoso cuadro. En otra ocasión, dijo que su intención al repetir una y otra vez la misma imagen de Cristo había sido crear arte «transgresivo», como los dos crucifijos que otro artista había incluido hacía poco en un cuadro deliberadamente sacrílego en Nueva York. De hecho, un amigo había dicho a Warhol que si intentaba copiar la imagen sagrada de

Leonardo sería «ahorcado y crucificado», una advertencia que el artista parece haber interpretado como un desafío.

Aunque es cierto que un periodista italiano citaba a Warhol a propósito de la inspiración propiamente religiosa que habían suscitado sus *Últimas cenas*, es harto probable que estuviera diciendo lo que sabía que sería bien recibido en la Italia católica. (Nuestro artista le contó a otro periodista de Milán que había pintado todas las obras allí expuestas totalmente por sí solo, a mano, lo cual era una mentira evidente, ya que todas ellas habían sido serigrafiadas, pero se trataba de un embuste que los tradicionalistas italianos se tragarían. Menos entrañable debió de haber sido su respuesta cuando alguien le preguntó qué lo unía a la cultura italiana: «Los espaguetis»).

El ayudante de Warhol Jay Shriver insistía en que el artista no le había dado indicio alguno de interés o intención religiosos mientras trabajaron en la serie, durante más de un año, ni, para el caso, en ningún otro momento de su larga colaboración. A su juicio, Warhol estaba utilizando *La última cena* como «un utensilio más».

La mera repetición de la vasta serie puede interpretarse con más facilidad como un debilitamiento del poder excepcional que poseía el cuadro original que como una celebración de este. Warhol decía que su objetivo era asegurarse de que cualquiera que deseara *La última cena* de Leonardo pudiera tener una. (Por supuesto que ya podían, mediante reproducciones, y solo los muy ricos podrían haberse permitido una hecha por Warhol). Cuando Basquiat y él reprodujeron la figura de Cristo de Leonardo sobre diez sacos de boxeo del tamaño de un hombre, aquello parecía menos un símbolo de batalla espiritual que una invitación a darle su merecido al Salvador; por tanto, estaba más cerca del sacrilegio que de la veneración. Los dos cuadros en los que Warhol ocultaba la imagen de Leonardo con un patrón de camuflaje se antojan igualmente irreverentes.

Ahora bien, la mayoría de las obras de *La última cena* sí que poseen algo que las vincula con los emblemáticos cuadros pop de los que surgieron. Al igual que las *Latas de sopa* o las *Sillas eléctricas*, parecen requerir alguna clase de interpretación, ya sea a favor, ya sea en contra de su tema, incluso mientras rehúsan tomar partido.

No es que semejante sutileza pareciera importar a los millares de italianos que aparecieron en la inauguración, deseosos de acoger a Warhol, el célebre artista pop estadounidense, aunque mayormente desconocedores de los cuadros que este había pintado. En realidad, la ubicuidad de su imagen original podría haberle hecho un flaco favor. *La última cena* de Leonardo era tan conocida, sobre todo para los milaneses, que las nuevas versiones de la obra apenas precisaban más que un vistazo para ser asimiladas. O tal vez fuese justo ese el efecto pretendido por Warhol, garantizando una vez más la rapidísima

lectura a la que decía haber aspirado en su retrospectiva del Whitney de 1971, pero incluso más pertinentemente en Milán. Si bastaba con echar un vistazo al conjunto de *Últimas cenas* para absorber su tema, ¿no cumplía ello a la perfección la tarea de subrayar la saturación cultural a la que estaba sometida la imagen original de Leonardo? El público italiano de Warhol tenía menos interés aún en estudiar ese original. Una pareja de «diligentes alemanes» cruzaron la calle para comparar la obra de Andy con la de Leonardo, como Iolas había pensado que haría la mayoría de la gente.

La inauguración de la exposición fue una absoluta jaula de grillos, que no obstante Warhol optó por sufrir, según Morera:

> En Milán, los encantadores muchachos del sur de Italia llegaron en tren. Viajaron toda la noche: gente del negocio del arte, diseñadores gráficos, personas del mundo de la moda procedentes de todas partes. Esperábamos quinientos y llegaron en torno a cinco mil. La calle entera estaba bloqueada; aquella era la escena más increíble. Yo no podía creer que fuese real. Andy estaba exhausto y tenía muchos dolores. Encontré una mesita en un rincón. Pedí a dos de los vigilantes que la empujaran hasta colocarla delante de Andy, Chris Makos y yo misma, porque la muchedumbre nos estaba asfixiando y no teníamos absolutamente ninguna defensa. Entonces Andy, después de firmar los carteles, los ejemplares de *Interview*, las invitaciones y cualquier otro pedazo de papel disponible, comenzó a firmar gafas, corbatas, bolsos, sujetadores, bufandas… Todos le daban algo para que lo firmase. Todos ansiaban la firma del gurú. Al final, dije: «Andy, estás cansado, vámonos». «No, no, terminaré la faena», respondió. Fue extraordinariamente dulce y generoso con todos hasta el agotamiento, ¡una auténtica estrella!

No obstante, Warhol intentaba librarse de las importantes entrevistas que Morera había organizado, quejándose de un dolor intenso en el costado derecho. «Se veía en su rostro que estaba muy enfermo y dolorido —decía la susodicha—. Su cara parecía un esqueleto». Todos cuantos vieron al artista en Milán parecen coincidir con ella, aun cuando estuviera los suficientemente bien para disparar al menos diecinueve carretes de fotos de su viaje, incluida una comida a la que aceptó acudir en el *palazzo* de Gianni Versace, y sus diarios apenas mencionan nada más que una «gripe», de cuyo contagio culpaba a Morera. Es difícil saber si los recuerdos de los allegados de Warhol se vieron afectados por lo que averiguaron más tarde sobre su verdadera enfermedad, o si este le restaba importancia a lo mal que se sentía en realidad cuando informaba a Pat Hackett desde Milán.

Un amigo llamado Ricky Clifton contaba que, en la noche de la inauguración, Warhol se encontraba lo bastante bien para aguantar de principio a fin una ópera en La Scala, cuando el plan había sido que se dejara caer por allí sin más. (La asistencia de nuestro artista aquella noche le granjeó una invitación a dirigir allí, según decía Clifton, quien le había sugerido que pusieran en escena *La chica del Oeste,* de

Puccini, como *Lonesome Cowboys*). Pero la noche siguiente Warhol faltó a una cita con él, y sus diarios confirman que se pasó ese día en la cama con fiebre y que se sentía fatal al día siguiente en el vuelo de regreso a casa.

«En el avión ocurrió algo inaudito —contaría Warhol—. Yo aparecía en el *International Herald Tribune* y ni siquiera me molesté en recortar el artículo. Sencillamente me daba igual. Hasta ese extremo había llegado. Tal vez fuese solo porque me sentía muy enfermo». Le dio a Hackett una señal más inequívoca aún de lo fatal que se encontraba: le contó que había olvidado pedir un recibo de su trayecto en limusina hasta casa desde el aeropuerto.

A su regreso a Nueva York, Warhol tenía muchas cosas entre manos y en la cabeza.

Estaba trabajando en una nueva tanda de fotos en blanco y negro, que estaba cosiendo en cuadrículas con una máquina de coser. Ese mismo mes había ofrecido una gran exposición de esas obras, que se habían vendido bien y habían cosechado asimismo la mejor crítica que Warhol había visto en siglos, aunque es difícil saber por qué. Se trataba simplemente de sus instantáneas habituales solo que ahora estaban cosidas —una idea pobre—, pero un nuevo e inteligente crítico de *The New York Times* pensaba que su instalación las enaltecía: «Al tornar irrelevante el tema mediante la repetición y la variedad, y al explotar un amplio repertorio de los recursos tradicionales sin lealtad a ninguno de ellos, niega la noción convencional de un "ojo" artístico». Warhol estaba tan orgulloso del elogio que llevaba un recorte en el bolsillo.

La inauguración de esa exposición fotográfica había estado abarrotada y Warhol había seguido su acostumbrada rutina de firmas: «Me maté a trabajar […]. Regresé a casa y me acosté temprano, pensando que me sacudiría ese resfriado». El doctor Bernsohn lo «curó» al día siguiente con una aplicación extraespecial de cristales. Un invitado a la inauguración fotográfica contaba que jamás había visto a Warhol tan delgado, pero parece haber estado lo suficientemente fuerte para seguir adelante casi como de costumbre durante varias semanas.

Aquel enero, Warhol tenía también planes de retomar la cinematografía, pues acababa de adquirir los derechos de un nuevo libro titulado *Esclavos de Nueva York*, escrito por una joven de su círculo llamada Tama Janowitz. Menos ambiciosamente, pero sin duda con una mayor probabilidad de generar beneficios, Warhol había negociado con un marchante alemán pintar retratos de Beethoven y con un marchante británico, hacer una serie de vistas de París

serigrafiadas. Asimismo, tenía en marcha otra dudosa serie de grabados para Ron Feldman sobre la historia de la televisión.

Justo después de Milán, Warhol se quejaba todavía de «problemas estomacales», por lo cuales se medicaba con Maalox y canceló una cena elegante, pero al poco tiempo hablaba en su diario de una comida con chile baratísima que había tomado, añadiendo la posiblemente significativa pregunta: «¿Podría haber sido un error?». Comer «en exceso» en otro restaurante también había sido «un error», aseguraba. A principios de 1987 parecía estar cometiendo muchos. «Me senté en una extraña posición y empecé a sentir un dolor que no desaparecía —dijo después de comer un montón de patatas con vinagre—. Así que ahora estoy rechazando toda la comida basura. Imagino que fue un ataque de vesícula biliar».

Estaba en lo cierto, pero los diez días siguientes parecen haber transcurrido sin nuevos incidentes. Trabajaba duro, salía mucho y comía con gusto, y también fue tratado varias veces por la doctora Li. Las escasas entradas tristes en sus diarios se refieren a las dolencias ajenas: Liberace acababa de morir de sida y Robert Mapplethorpe había enfermado del virus, por lo que no tardaría en morir, aunque no antes que Warhol.

Parece que Warhol estaba ocultando la gravedad real de su enfermedad a Pat Hackett y también a su diario. Los días que decía «no ha ocurrido gran cosa» era porque los había pasado en realidad en la cama.

El sábado 14 de febrero, Warhol tuvo una cita para que le inyectase colágeno en las arrugas la doctora Karen Burke, una dermatóloga con la que había trabado una buena amistad. Sus quejas por el dolor en el costado derecho la preocuparon. El paciente le pidió narcóticos para aliviar su sufrimiento, pero ella decidió no darle nada hasta que accediese a hacerse una ecografía. Él aceptó y las noticias no fueron buenas: su vesícula biliar tenía mal aspecto, había dos piedras alojadas en su interior, y como mínimo tendría que examinársela Denton Cox, el médico de cabecera de Warhol durante los últimos treinta años.

El domingo las cosas parecieron ir mejor, y el lunes, tras pasar la mañana viendo la tele (y por tanto, sin ir a la oficina ni de compras), Warhol volvió a la consulta de la doctora Li, quien «masajeó» su vesícula dañada. Luego pasó una tarde normal en la oficina, observando con estupor cómo el joven y ambicioso pintor Julian Schnabel intentaba llamar la atención de Fred Hughes. Aquella noche, cuando la doctora Burke telefoneó para ver cómo se encontraba Warhol, este le comentó que la doctora Li debía de haber enviado uno de sus cálculos biliares por la «tubería equivocada», ya que sus dolores habían empeorado muchísimo. Ella le suplicó que fuese a ver de una vez al doctor Cox.

A pesar de la enfermedad y los tratamientos, Warhol siguió adelante con su vida. El principal evento de la semana fue una aparición el martes por la tarde en un desfile de moda *new wave* que Vincent Fremont estaba grabando para el siguiente episodio del estudio para MTV. El espectáculo se celebraba en un nuevo y cavernoso club llamado The Tunnel, en la planta baja de un viejo y glacial almacén cerca del río en Chelsea. «Me han enviado la ropa y me parezco a Liberace con ella —contó Warhol a Hackett—. ¿Debería llegar hasta el final y convertirme en el nuevo Liberace? Piel de serpiente y de conejo». Estaba seguro de que la otra estrella invitada de la pasarela, Miles Davis, saldría mejor parada, y no se equivocaba. En las horas de vídeo que se conservan del desfile, Warhol parece bastante ridículo para un hombre de su edad; un carcamal vestido como si fuese un jovenzuelo. Pero si uno no supiera que supuestamente estaba enfermo, no sería fácil adivinarlo por las grabaciones. Parece más bien aburrido, aunque hacía lo posible por posar para la cámara de vez en cuando, sobre todo cuando Davis y él coincidían en escena. Solo los empleados y amigos íntimos de Warhol estaban al tanto.

«Yo estaba muy preocupado —confesaba Fremont—. Solo unos cuantos de nosotros estábamos al corriente de su terrible dolor […]. El estado de su vesícula biliar era grave». Stuart Pivar decía que los dientes de Warhol castañeteaban de frío y que, cuando el artista acabó de desfilar en la pasarela, estaba a punto de desplomarse: «¡Sácame de aquí, Stuart, siento que me voy a morir!». Aquella noche se retiró de una cena elegante y se tomó tantos sedantes que no respondió al teléfono cuando Pat Hackett lo llamó a la mañana siguiente. Esta se asustó tanto que mandó a Aurora Bugarin a ver cómo estaba.

Warhol telefoneó al fin al doctor Cox, quien le indicó que acudiese a su consulta de inmediato. Una exploración exhaustiva reveló que su estado no era mejor de lo esperado. La vesícula biliar de Warhol estaba gravemente infectada e inflamada, y le explicó que podría matarlo si no se extirpaba. Sin embargo, el artista continuaba rechazando toda asistencia hospitalaria, de suerte que Cox le administró unos antibióticos potentes y le prescribió una dieta a base de líquidos claros, para dar un descanso a su vesícula de comidas que le supusieran un esfuerzo. Acto seguido, para tener una segunda opinión inmediata, Cox envió a Warhol al doctor Bjorn Thorbjarnarson, un cirujano natural de Islandia que era catedrático de Cirugía en la Facultad de Medicina de Cornell y había sido jefe de cirugía en el hospital de Nueva York. Tenía sesenta y seis años y era miembro de la prestigiosa American Surgical Association. Además, había sido elegido para extirpar la vesícula biliar del sah de Irán, lo cual debió de significar algo para el artista que había pintado al dirigente.

Thorbjarnarson repitió lo que había dicho Cox, pero con más urgencia todavía: Warhol necesitaba librarse de esa vesícula de inmediato. Este imploró una opción no quirúrgica —«le convertiré en un hombre rico si no me opera», le dijo—, pero el doctor se mantuvo firme. Su paciente también. Sencillamente no aceptaría una hospitalización. «Era evidente que tenía muchísimo miedo de la cirugía», recordaba Thorbjarnarson. Desde su propia consulta, el cirujano telefoneó a Denton Cox y le pidió que hiciese entrar en razón a Warhol. Lo más que pudo hacer el doctor fue convencerlo para que fuese a pedir una tercera opinión al día siguiente y se hiciese otra ecografía.

El tercer doctor estaba de acuerdo con los dos primeros y, cuando llegó la nueva ecografía, les dio munición extra: la vesícula biliar estaba más inflamada que nunca, porque una de las piedras se había alojado ahora en su «cuello». Cox telefoneó a Warhol a casa para comunicarle los resultados, advirtiéndole de «la absoluta perentoriedad de su ingreso en el hospital y de que la cirugía era urgente, necesaria e imprescindible», como recordaría posteriormente el médico.

Aquel jueves por la noche, Warhol se dirigió al Serendipity, su lugar predilecto de Nueva York, para cenar a base de dulces, ignorando la dieta de líquidos claros. Desde que había recibido los disparos, decía el propietario del café, Stephen Bruce, «siempre venía a tomar granizados de chocolate caliente o tarta de limón, porque no eran alimentos duros y resultaban facilísimos de digerir». En su presentimiento irracional de la muerte, Warhol podría haber pensado que estaba asistiendo a su propia última cena, con un granizado de chocolate del Serendipity como su perfecto sacramento. (El hecho de que su presentimiento se revelase correcto no lo torna más racional; muchos de tales «avisos» no acaban bien).

El viernes por la mañana, nuestro artista telefoneó al doctor Giuseppe Rossi, el cirujano que le había salvado de morir a consecuencia de sus heridas de bala dos decenios antes, con la esperanza de que se encargase él de nuevo de la operación. Rossi estaba fuera de la ciudad, de modo que lo único que pudo hacer Warhol fue dejar un mensaje en su contestador; el cirujano lo recibió el lunes por la mañana, cuando ya era demasiado tarde.

Después de eso, el artista tomó la decisión que debía haber tomado desde el principio. Ignoraría sus malos presentimientos y pasaría por el quirófano con Thorbjarnarson. Estuvo unas cuantas horas guardando sus objetos de valor y su dinero en los escondites de su casa, y a continuación telefoneó a Stuart Pivar para que se encargase de que su limusina y su chófer le llevasen a su «cita»… con su destino, como resultó al fin. Con todo, sus dudas acerca de su supervivencia no

lo llevaron a cancelar una visita dominical al ballet, que incluso en las mejores circunstancias postoperatorias jamás podría haber realizado.

Warhol llegó al hospital de Nueva York a eso de las once, vestido con una gorra negra, una larga bufanda negra y un abrigo negro bastante formal de Jean Paul Gaultier, que llevaba sobre un sudadera negra de cuero con capucha de Calvin Klein. (Debajo llevaba slips del mismo diseñador, de color rosa). Una mochila negra de Gaultier contenía una colección de objetos clásicamente warholianos: crema para el acné, una maquinilla de afeitar, cuatro pares extra de gafas (dos de ellos con cristales oscuros), un despertador de viaje Braun, una cámara instantánea Olympus y un radiocasete Sony con ocho cintas. Warhol debió de haber recordado la estupenda grabación que había hecho tras recibir los disparos.

A su manera característica, preguntó a la encargada de admisiones, de nombre Barbara según constaba en su placa, si entre los pacientes de aquel día había alguna gran estrella, y recibió la feliz noticia de que él era la más grande. Cuando le pidió un nombre para escribir en los impresos, él le dio el de ella. En vista de sus reparos, se decidió por «Bob Roberts», para impedir que se propagase la noticia de su ingreso. Cuando esa misma Barbara pidió a Warhol los números de sus seguros médicos, este los recitó de memoria de un tirón, algo que la encargada aseguraría más tarde no haber visto nunca antes. Aquella era la prueba definitiva de un cerebro y una memoria que no funcionaban exactamente como los del resto de la gente.

Warhol indicó que no quería visitas y nunca recibió ninguna, exceptuando a Vincent Fremont. En el estudio, solo él, Hughes y Hackett habían sido informados de que el jefe iba a ser operado. Ni siquiera Thorbjarnarson se enteró de la decisión de Warhol hasta más tarde ese mismo día, cuando se sorprendió al oír a Cox contarle que el artista había vencido sus temores y sería su paciente en el quirófano a la mañana siguiente.

El viernes alrededor de las tres, Warhol se había instalado en su habitación, con un horrible televisor con el que era imposible escuchar *Divorce Court*, más una pila de revistas y libros: las memorias de Jean Cocteau, pero también una nueva biografía de Sinatra, el equilibrio entre la alta y la baja cultura mantenido hasta el final. Warhol recibió la visita de Fremont, y también de Cox y Thorbjarnarson, que le prescribió antibióticos por vía intravenosa, debido a la ligera fiebre y al elevado recuento de glóbulos blancos del artista, así como líquidos para combatir su deshidratación. Warhol hizo una última llamada nocturna a Paige Powell, quien todavía no sabía desde dónde le estaba llamando. Le encargó algunos recados, claramente planeando volver al tajo muy pronto.

A la mañana siguiente, nuestro artista estaba en la mesa de

operaciones a eso de las nueve menos cuarto, asistido por el equipo habitual de cirujanos y de algún modo con su peluca todavía puesta. Tres décadas después, Thorbjarnarson contaría que la operación había sido exitosa pero delicada, debido en parte al desbarajuste de la descuidada vesícula biliar de Warhol, que se deshacía a causa de la gangrena mientras él la sacaba, pero también por el tejido cicatricial que llenaba las entrañas de su paciente. Una vez que el cirujano había abierto el abdomen del artista, a través de la misma incisión que Rossi había utilizado en 1968, también se puso de manifiesto la necesidad de reparar la hernia «monumental» que le había provocado la incisión original. Se trataba de una operación que hasta Thorbjarnarson, que había tratado antes afecciones semejantes, encontró complicada por lo extremo de aquel caso. Fue una lástima que Warhol nunca llegase a disfrutar de su abdomen plano y de la liberación definitiva de sus bragueros.

Después de tres horas y veinticinco minutos de quirófano y otras cuatro horas en el postoperatorio, Warhol regresó a su habitación, despierto y sintiéndose bastante bien, dadas las circunstancias. Claramente encantado de seguir vivo, y quizá también sorprendido, charlaba con Cox y con Thorbjarnarson cuando iban a ver cómo estaba. «Me parecía uno de los pacientes más saludables que he visto en el postoperatorio», recordaba el islandés.

La operación de Warhol se ha descrito casi siempre como «rutinaria», como lo son la mayoría de las cirugías de vesícula biliar. Pero la de aquella mañana solo habría sido rutinaria para un paciente rutinario, que no era en absoluto el caso de nuestro artista. Todo su organismo había quedado terriblemente dañado por los disparos en 1968 y sus secuelas médicas, que incluían años de problemas para comer y la pérdida de peso, agravados por su imagen corporal distorsionada. A ello había que sumar una lucha contra la colitis en 1983 y un año más tarde contra la anemia. La salud y los hábitos alimentarios de Warhol no pudieron hallar un aliado en su adicción confesa al Valium, que le causaba un estreñimiento tan fuerte que necesitaba un enema diario. Durante las últimas semanas de su enfermedad había sufrido asimismo una deshidratación grave, que había preocupado a sus médicos cuando sugirieron la cirugía. Y luego estaba la deteriorada vesícula biliar, una afección aparentemente hereditaria que Warhol debería haber subsanado con cirugía mucho antes. Le había pasado factura durante casi quince años, debilitando más aún sin duda su constitución general.

Después de la anestesia general y una importante cirugía abdominal, hasta el más sano de los pacientes corre un riesgo significativo de muerte súbita «idiopática» (léase «no sabemos por qué ha ocurrido»). Alguien que va caminando por la calle puede caer

muerto de una «arritmia cardiaca» (es decir, un parón del corazón) sin ninguna causa evidente. Para un paciente como Warhol, que estaba debilitado e incluso se enfrentaba a la muerte antes de su ingreso en el hospital y necesitaba de una operación que resultó más compleja de lo esperado una vez en quirófano, los médicos del siglo XXI calcularían en torno a un 4 por ciento de probabilidades de que su cuerpo fallase después de la cirugía. Esta cifra se encuentra entre las posibilidades de ser alcanzado por un rayo y las de sufrir un accidente de coche, que es algo que puede resultar improbable pero que a nadie se le antoja una gran sorpresa cuando acontece.

El «accidente» de Warhol ocurrió la noche después de su operación, en las horas previas al alba, cuando es más probable que ataque la muerte (tal como sugería un estudio publicado el mismo mes en que murió el artista). La enfermera de noche privada que este había contratado le encontró en buen estado durante varias horas. Le ayudó a hacer una serie de llamadas telefónicas, incluida una a su viejo ayudante Ronnie Cutrone, que oyó la inverosímil noticia de que Warhol volvería a casa «mañana»; y finalmente, la enfermera vio que su paciente se acomodaba para dormir. Después de eso, sus informes reflejan que el paciente estaba «pálido» a las cuatro y media, y «más pálido» a las cinco menos cuarto, cuando apenas tenía pulso y advirtió que algo iba terriblemente mal.

Reaccionando ante el desastre, ella y las demás enfermeras de la planta iniciaron la reanimación cardiopulmonar y llamaron al equipo de parada cardiaca. Una decena de médicos y enfermeras se presentaron allí en cuestión de minutos y se encontraron con una situación ya casi desesperada, si bien no por completo. Introdujeron un tubo respiratorio por la tráquea de Warhol y consiguieron hallar los latidos del corazón, que no habían esperado. Pero no duraron. Su corazón se estremeció y se detuvo. «La mejor forma de marcharse es deprisa. Es como irse a dormir», le había dicho nuestro artista en cierta ocasión a su amigo Truman Capote. Los médicos no estaban por la labor de darle la razón. Volvieron de nuevo a la carga, probando toda la gama de fármacos que podrían resucitar a su famoso paciente. (A diferencia de aquella vez en que Warhol recibió los disparos, ese equipo sabía a quién estaba tratando y la significación de que falleciera bajo su cuidado). Por dos veces, administraron descargas eléctricas a su corazón fibrilante para devolverlo a la vida, mientras se enfrentaban a un cuerpo que se estaba volviendo tan gris como aquel que había llegado a la sala de urgencias del hospital Columbus en junio de 1968.

Esta vez la suerte de los rutenos se había agotado. Andy Warhol murió, por segunda y última vez, el 22 de febrero de 1987, a las 6.31 de la madrugada.

La lápida en Pittsburgh en 2014.

Epílogo

DESPUÉS DE LA MUERTE

- El funeral de Andy Warhol tuvo lugar el 26 de febrero en una iglesia católica bizantina de Pittsburgh, al cual asistió en exclusiva su familia y un puñado de neoyorquinos cuidadosamente escogidos por Fred Hughes. El artista fue enterrado cerca de sus padres, en un modesto cementerio de las afueras.
- El 1 de abril se celebró un fastuoso servicio conmemorativo en la catedral católica romana de San Patricio de Nueva York. La iglesia estaba abarrotada por las más de tres mil personas. Yoko Ono y el historiador del arte John Richardson pronunciaron sendos panegíricos no del todo inexactos.
- Inmediatamente después de la muerte de Warhol, un temible Fred Hughes se había apresurado a cerrar con llave su casa y a requisar su contenido. El breve testamento de nuestro artista se presentó para su legitimación a los tres días. En ese momento, su patrimonio se valoró en la cifra ridículamente baja de quince millones de dólares, pero dos años después, una contabilidad más completa estableció su valor en doscientos quince millones de dólares. En la actualidad, solo el arte que dejó valdría miles de millones.
- Warhol legó a Fred Hughes y a sus dos hermanos doscientos cincuenta mil dólares a cada uno. Estos objetaron, pero renunciaron a sus reclamaciones a cambio de la compensación de tres millones de dólares que el hospital de Nueva York les ofreció a finales de 1991, tras el litigio sobre la muerte del artista.
- Warhol dispuso que el resto de su patrimonio fuese usado para crear una fundación «para la promoción de las artes visuales», sin instrucción alguna al respecto.
- En 1988, lo mejor de los efectos personales de Warhol de entre su patrimonio, desde las obras de arte de Jasper Johns hasta los viejos tarros de galletas, fueron subastados por Sotheby's. Los tres mil lotes acabaron vendiéndose por veinticinco millones de dólares, casi el doble de la estimación más alta.
- A lo largo de las tres décadas siguientes, la Andy Warhol Foundation for the Visual Arts se convirtió en uno de los mayores patrocinadores privados del arte contemporáneo en todo el mundo.

En 2018 donó catorce millones de dólares, que fueron financiados con cargo a una cartera de inversiones de trescientos millones de dólares y a un agresivo programa de licencias. Se han visto por doquier imágenes de Warhol, desde monopatines hasta sujetadores y bragas de Calvin Klein, que harán que el artista sonría desde el más allá o se retuerza en su tumba.

- La fundación acabó conservando enormes cantidades de cuadros, grabados, dibujos, fotos y recuerdos no vendidos de Warhol.
  En 1994, muchas de las mejores de esas obras se emplearon para ayudar a fundar el Museo Andy Warhol de Pittsburgh, uno de los museos más importantes del mundo dedicados a un solo artista. Recibió asimismo el vasto archivo de Warhol, incluidas sus seiscientas diez *Cápsulas del tiempo* y centenares de otras cajas con documentos vitales y fascinantes, y también basura.
- En 2002, la fundación comenzó a publicar un catálogo razonado completo de los cuadros y las esculturas pop y posteriores de Warhol. A la altura de 2019 se habían publicado siete vastos tomos, que cubrían exclusivamente sus obras hasta 1979.
- El mercado para el arte de Warhol floreció a raíz de su muerte. En cuestión de semanas, los precios de sus obras se habían duplicado con creces. Un marchante recuerda haber pagado quinientos mil dólares por una *Marilyn* estimada en setenta y cinco mil. El mercado del artista no ha cesado de prosperar desde entonces. En 2013, *Accidente de coche plateado (Doble desastre)* se vendió por ciento cinco millones de dólares, el máximo precio pagado hasta entonces en una subasta por una obra de arte estadounidense.
- La cultura popular ha sentido una profunda fascinación por el artista pop. En 1994, una banda de rock decidió llamarse los Dandy Warhols. Más tarde, un rapero adoptó el nombre de Warhol.SS.
  En 2019, Burger King decidió que el mejor anuncio que podía publicar de la Super Bowl sería simplemente mostrar imágenes antiguas de Warhol comiendo una de sus hamburguesas. El anuncio se hizo viral, generando, según se dijo, más de tres mil millones de «impresiones en los medios».
- La reputación de Warhol en la historia del arte ha seguido sobradamente el ritmo de su atractivo popular. Se ha publicado en torno a un millar de artículos académicos sobre su obra, junto con unos quinientos libros de toda índole. En 1989, el MoMa montó una emblemática retrospectiva sobre Warhol. Desde entonces, apenas existe ningún museo importante en todo el mundo que no haya albergado algún tipo de espectáculo sobre nuestro artista. La gigantesca panorámica de Warhol inaugurada en el Museo Whitney de Arte Estadounidense en 2018, noventa años después de su nacimiento, atrajo una cifra récord de visitantes.

- El escepticismo de la crítica con el que convivió Warhol se ha evaporado en los años transcurridos desde su muerte. Cada vez da más la impresión de que haya superado a Picasso como el artista más importante e influyente del siglo XX. O al menos ambos comparten un lugar en la cumbre del Parnaso, junto a Miguel Ángel, Rembrandt y los demás genios.

Nota sobre las fuentes

La investigación que ha culminado en *Warhol* ha estado basada en entrevistas a más de doscientas sesenta personas, entre amantes, amigos, colegas y conocidos del artista, así como (de manera más fiable) en la consulta de unos cien mil documentos de la época. Estos incluían cartas, diarios y relatos orales; expedientes educativos, médicos y financieros; agendas, inventarios, tasaciones y resguardos de billetes; transcripciones, grabaciones de audio y vídeo de conversaciones, además de imágenes, revistas y periódicos de la época. Las biografías previas, así como los estudios y documentales sobre Warhol y la época en que vivió, han sido también de inestimable valor.

Muchos registros han sido desenterrados de los archivos y las colecciones del Museo Andy Warhol de Pittsburgh, en tanto que otros, también en su ciudad natal, obraban en poder de la biblioteca del Carnegie, el Senator John Heinz History Center, la colección del Pitt Men's Study, y los archivos de la Universidad Carnegie Mellon y del Museo de Arte Carnegie.

También he consultado registros en los archivos del arte estadounidense de la Smithsonian Institution; la Biblioteca del Congreso; la Biblioteca Pública de Nueva York; la biblioteca Beinecke de la Universidad de Yale; el centro Harry Ransom de la Universidad de Texas en Austin; la biblioteca Fales de la Universidad de Nueva York; los archivos, la biblioteca y el Departamento de Cine del MoMa; la biblioteca Thomas J. Watson del Met; el centro de archivos del Museo Nacional de Historia Estadounidense de la Smithsonian Institution; la biblioteca y los archivos de la New School; los archivos de la New-York Historical Society; el centro de investigación de colecciones especiales de la Universidad de Siracusa; el Museo de Arte del Williams College; el centro Wisconsin de investigación de cine y teatro de la Universidad de Wisconsin-Madison; los Anthology Film Archives; la Litchfield Historical Society; los archivos municipales de la ciudad de Nueva York; la Roy Lichtenstein Foundation y los legados de Nathan Gluck y Ray Johnson.

Las notas bibliográficas completas de esta biografía están disponibles (en lengua original) en <www.harpercollins.com/warhol>.

Las siguientes fuentes han sido entrevistadas para este libro, o bien en persona, o bien por teléfono, correo electrónico o carta:

George Abagnalo, Ann Adelman, Len Amato, Mark Andrejevic, Frank Andrews, Ruth Ansel, Harrison Apple, George Arnold, Steven M. L. Aronson, Michel Auder, Waldo Balart, Gordon Baldwin, Steve Balkin, Kaye Ballard, Fay Barrows, John Bauer y Christine Bauer, Iain Baxter, Horst Weber von Beeren, Peter Bellamy, Kevin Beres, Roberta Bernstein, Ben Birillo, Irving Blum, Sam Bolton, Randall Borscheidt, Peter Brant, Todd Brassner, Fred Brathwaite (alias Fab 5 Freddy), Stephen Bruce, Jean Jacques Bugat, Karen Burke, Karen Bystedt, Dorothy Cantor, Sean Carrillo, Tom Cashin, Sally Chamberlain, Michael Childers, Ricky Clifton, Bob Colacello, Nancy Collins, George Condo, Adam Cooper, Meg Crane, Maurizio Daliana, David Dalton, Sarah Dalton, Jacques d'Amboise, Anna Taylor Delory, Jack Deren, Neil Derrick, Marie-Claude Desert, Jim Dine, Lois Dodd, Anthony d'Offay, Sepp Donahower, Betty Asche Douglas, Rosalyn Drexler, Richard Dupont, Robert Dupont, Virginia Dwan, Fernanda Eberstadt, Frederick Eberstadt, Arthur y Theodora Edelman, Abby Ehrlich, John Eichleay, David Ellis, Carole Eppler, William Fagaly, Trevor Fairbrother, Carolyn Farris, Ron Feldman, Nick Felt, Nye Ffarrabas, Edward Field, Elizabeth Murray Finkelstein, Rudy Franchi, Richard Frank, Joseph Freeman, Vincent Fremont, Frank Galuska, David Gamble, Robert Gangewere, Vito Giallo, Bob Gill, John Giorno, James Glickenhaus, Arne Glimcher, Bobb Goldsteinn, Adam Gopnik, Terryn Greene, Joseph Groell, Cornelia Guest, Pat Hackett, Timothy Haggerty, Deborah Hallam, Bibbe Hansen, Ashton Hawkins, Johnnie Moore Hawkins, R. Couri Hay, Ed Hayes, Brooke Hayward, Leon Hecht, Robert Heide, David Heilbroner, Alexander Heinrici, Joe Helman, Jon Hendricks, Ken Heyman, Roger Hilton, Victoria Leacock Hoffman, George Holmes, Antonio Homem, Blake Hornick, Pat Hudson, Bobbi Humphrey, David Hungerman, Fredericka Hunter, Timothy Hursley, Jean-Claude van Itallie, Tommy Jackson, Gillian Jagger, Jasper Johns, Jay Johnson, Michael Kahn, Edward Kasinek, Alex Katz, Bill Katz, David Katzenstein, Jim Kendall, Leonard Kessler, Jamie Kirkavitch, Stanislas Klossowski de Rola, Alison Knowles, Barbara y Ed Knowles, Josh Kornbluth, Paul Kossey, Joseph Kosuth, John Krug, Tom Lacy, Kenneth Jay Lane, Jack Lenor Larsen, Elizabeth Laub, Alfred Leslie, Robert Levin, Andrew Levine, Les Levine, Allana Lindgren, Louise Lippincott, Christopher Makos, Gerard Malanga, Michael Malce, Reese Marshall, Rhoda Marshall, Julie Martin, James Mayor, William McCarthy, Jonas Mekas, Cayce Mell, Sam Mellon, Duane Michals, Gertrud Michelson, Sharon Middendorf, Philip

Monaghan, Marcelo Montealegre, Elise Mooshagian, Daniela Morera, Paul Morrissey, Patty Mucha, Susan Mulcahy, Edgar Munhall, Billy Name, John Namojski, Craig Nelson, Michael Netter, David Newell, Ivy Nicholson, Johnny Nicholson, Nancy North, Barbara Novak, Glenn O'Brien, Brian O'Doherty, Claes Oldenburg, Yoko Ono, Lucille Ormay, Angel Ortloff, George Ortman, Gloria Pace, Robert Pallenberg, Penelope Palmer, Billy Parrott, Philip Pearlstein, Anton Perich, Caroline Perkins, David Petras, Greg Pierce, Susan Pile, Robert Pincus-Witten, Stuart Pivar, Phillip R. Poovey, Paige Powell, Debbie Priore, Joan Agajanian Quinn, Toby Rafelson, Marshall Reese, John Righetti, Adam Ritchie, Clarice Rivers, Dale Roberts, Esther Robinson, Therese Rocco, Dorothea Rockburn, Gemma Rossi, doctor Giuseppe Rossi, Philip Rostek, Vivian Rowan, Ed Ruscha, John Ryan, David Salle, Irving Sandler, Thomas G. Schaefer, Jerry Schatzberg, Charles Schmidt, Richard Schulman, Robert Schwartz, Ann Scott, Pamela Sharp, Andrew Sherwood, Stephen Shore, Cathy Silvestri, Maria Silvestri, Webster Slate, Chuck Smith, Patrick S. Smith, Roger Smith, Emma Snowdon-Jones, Alan Soley, Christina Soley, Tina Soley, Keith Sonnier, Wayne Stambler, Suzanne Stanton, Walter Steding, Michelle Stuart, Martha Sutherland, Simone Swan, Marshall Swerman, Ron Taft, Bjorn Thorbjarnarson, Corey Tippin, Robyn Tisman, Olaf Tranvik, Richard Turley, Cathy Tuttle, Jac Venza, Anna Mae Wallowitch, Stewart Redmond Walsh, Alan Wanzenberg, Brownie Warburton, Abby Warhola, Donald Warhola, George Warhola, James Warhola, Joshua White, Carlton Willers, Peter Wise, Bill Wood, Matt Wrbican, Hanford Yang, La Monte Young, John Zavacky, Kett Zegart y Rudolf Zwirner.

Esta biografía no podría haber sido escrita sin los recursos del Museo Andy Warhol de Pittsburgh y sus incomparables archivos, ni sin la ayuda y la colaboración de su personal.

Agradecimientos

La idea de este libro nació cuando mi hermano, Adam, me convenció de que podría haber un biógrafo acechando dentro de mí; Andrew Wylie propuso entonces que Andy Warhol podía ser un buen tema y se convirtió en mi agente. Daniel Halpern, fundador de Ecco, selló mi destino como biógrafo comprando nuestra propuesta sobre el artista. Los directores del Museo Andy Warhol de Pittsburgh, primero Eric Shiner y luego Patrick Moore, permitieron que esa propuesta llegase a cristalizar en este libro al concederme el acceso a los ricos recursos de su museo y su increíblemente útil personal.

Matt Wrbican, el archivista del museo cuyo fallecimiento he lamentado profundamente, me introdujo en la madriguera del conejo de Warhol; me complace decir que la mitad de este libro llegó a sus manos antes de morir y que su enfermedad jamás atemperó sus anotaciones. Sus sucesores, Erin Byrne y Matt Gray, me ayudaron a sumergirme más aún en las profundidades warholianas. Echaré de menos sus guantes blancos. Los comisarios de arte Greg Pierce y Geralyn Huxley me dieron acceso al tesoro de películas y vídeos del museo y me ayudaron a comprenderlos. Claire Henry y sus colegas del catálogo razonado de las películas de Warhol en el Museo Whitney de Arte Estadounidense enriquecieron mi comprensión. Gerard Malanga me dedicó más tiempo y generosidad que ningún otro miembro del mundo del artista.

Tres becarias (Noël Um, Daria Zlobina y Gabriella Caputo) hicieron notables contribuciones a los primeros capítulos de este libro, mientras que la extraordinaria tribu de archivistas y bibliotecarios de esta nación —y muy especialmente Marisa Bourgoin, de los Archivos de Arte Estadounidense de la Smithsonian Institution— fueron infinitamente útiles en todas las etapas del libro. Lucy Hogg contribuyó a las investigaciones de todos y cada uno de los cincuenta capítulos de este volumen, del cual fue editora fotográfica.

Cada vez que me sentía desconcertado por un espinoso rompecabezas histórico, sabía que podía recurrir a Jay Reeg, Ben House y Thomas Kiedrowski, tres grandes aficionados a Warhol, así como a Tony Scherman, que escribió *el* libro sobre la época pop del artista. Paul Maréchal me echó una mano con las ilustraciones del susodicho, y el doctor John Ryan acudió a mi rescate cada vez que

trataba temas médicos. En la Andy Warhol Foundation for the Visual Arts pude contar en todo momento con el aliento de Joel Wachs y Michael Dayton Hermann.

Mi querido amigo del Pomona College Arden Reed, recientemente fallecido, estaba a mi disposición cada vez que necesitaba deshacerme de lo superficial y pensar en grande. Le echo mucho de menos.

Mis amigos Aaron y Barbara Levine estaban ahí cada vez que me sentía desmotivado en el terreno artístico, y también cada vez que requería una buena comida.

En 2015 tuve la buena fortuna de poner a prueba algunos de mis primeros escritos warholianos con mis compañeros del centro biográfico Leon Levy de la Universidad de la Ciudad de Nueva York y con su director, Gary Giddins, y su subdirector, Michael Gately. En 2017 llegué a exponer ideas e investigaciones más maduras a mis colegas en el centro Dorothy y Lewis B. Cullman para Estudiosos y Escritores de la Biblioteca Pública de Nueva York, a su director, Salvatore Scibona, y a sus lugartenientes, Lauren Goldenberg y Paul Delaverdac.

Mis lecturas sobre Warhol comenzaron en la deliciosa cabaña de Renée van Halm y Pietro Widmer en la costa pacífica; siete años después llegué a celebrar con ellos la conclusión de mis trabajos en ese mismo lugar. Por el camino y en mi recorrido a través del continente, muchas páginas fueron escritas en la cabaña de la costa atlántica de Lucille Hogg, que logró creer (o fingir creer) en las labores de un yerno errante.

Una vez que tuve en la mano un primer y extenso borrador de *Warhol*, el legendario warholiano Gary Comenas asumió la labor de leerlo, sin quejarse jamás de tan onerosa tarea. La tarea fue llevada a cabo asimismo por mis sufridas hermanas, Morgan y Alison, y por mi cuñado, Alvy Ray Smith, así como por Lisa Ramshaw y David Miller.

Ese borrador nunca habría llegado a convertirse en este volumen sin los esfuerzos de Gabriella Doob, mi imperturbable editora en Ecco. La virtuosa corrección de Mark Steven Long detectó errores que me habrían sonrojado si hubiesen llegado a la imprenta, mientras que Andrea Molitor supervisó a un equipo de producción que garantizó que no ocurriera tal cosa. Trina Hunn se aseguró de que el libro cumpliese los requisitos legales; Carolina Baizan lo siguió en sus meticulosas etapas finales. Entretanto, Allison Saltzman, Suet Chong y Renata De Oliveira crearon su elegante portada y diseño interior.

Concluyo dando las gracias a mi querido amigo Alex Nagel, que ha estado a mi lado en los momentos de contemplación artística más extraordinarios de mi vida, así como a mis padres, Irwin y Myrna, que me han brindado el bagaje emocional e intelectual para sobrevivir a este absurdo proyecto.

Mi hijo, Aaron, y su mujer, Natasha, me han dado a Tesslyn, Brynlee y Graydon. He escrito este libro para que ellos pudieran leerlo algún día.

Las siguientes personas han colaborado también en la investigación y la escritura de *Warhol*: Lauren Abman, Oliver Adelman, Matthew Affron, Donald Albrecht, Rick Armstrong, George Arnold, Andrew Arnot, Tom Atkins, Anthony Atlas, Laura Avedon, Kevin Balazs, Jason Baumann, Frances F.L. Beatty, Jessica Beck, Brook Bender, Irving Bennett, Kathryn L. Beranich, Rosa Berland, Christine Berry, Jesse Best, Jean M. Bickley, Benjamin Birillo hijo, Claire Blatchford, Vera Bondy, Janet Borden, Frank Born, Maria Braeckel, Jeffrey Bragman, Justin Brancato, Allison Brant, Kristin Britanik, Erica Rocchi Brusselars, Bill Buchanan, Greg Burchard, Jason Burdeen, Misha Cannon, Andrea Caratsch, Victoria Cardona, Nicholas Chambers, Christophe Cherix, Tamar Chute, Vincent Cianni, Ken Cobb, Randy Cook, William Bryant Copley, Bryan Cornell, Julia C. Corrin, John Coulthart, Lisa Craig Morton, David Crane, Thomas Crow, Christina da Costa, John Dalles, Deborah Davis, Steven Day, Elizabeth Dee, Luis De Jesus, Stuart Denenberg, Rose Dergan, Donna de Salvo, Jose Diaz, Andy DiOrio, Caroline Donadio, Deirdre Donahue, John Eichleay hijo, George Eichleay, Justin Eng, Stephen Ennis, Carole Eppler, Sarah Falls, Nicholas E. Felt, Leah Fisher, Susan Fisher, Dyan Foley, Gerard Forde, Hal Foster, Richard Foster, David Frank, Jessica Frank, Peter Freeman, Patricia Fried, Jonathan Gaugler, Ian Gillingham, Stephen H. Goddard, Nathaniel Goehring, David Goss, Johanna Gosse, Paul Grant, Barbara Graustark, Garth Greenan, Andy Hain, Robert Haller, Nick Hallett, Nora Halpern, Larimore Hampton Pivar, Julie Hanon, Kelly Haydon, Larissa Harris, Rose Hartman, Jon Hendricks, Crystal Henry, Linda M. Hocking, Harold Holzer, Jim Hoon, Bill Hooper, David Horowitz, Jennifer Hostler, David Hungerman, Timothy Hursley, Mike Huter, Maria Ilario, Luke Ingram, David Joel, Catherine Johnson, Cassandra Johnson, Monica Johnson, Fatima Kafele, Richard Kaplan, Edward Kasinec, Stephanie Katsias, Carissa Katz, David Katzenstein, Christina Kennedy, Norman Keyes, Selby Kiffer, John Klacsmann, Bruce Allen Kopytek, Jeff Kreines, Prem Krishnamurthy, Helene Glick Landman, Yvette Lang, Heidi Lange, Emily Lansbury, Elizabeth Laub, Owen Laub, Karen Lautanen, Marie Leahy, David Leddick, Sarah Lehat, Cassidy Lent, Jonathan Lethem, Robert Levin, Aaron y Barbara Levine, David Lowenherz, Elaine Lustig Cohen, Nora Lyons, Cindy Lysica, Henry Martin, Nicholas Martin, Timothy McDarrah, Chris McMurtry, Paul Maréchal, James Martin, Miriam Meislik, Charlotte Ménard, Rossy Mendez, Anne Marie Menta, James Meyer, Kate Meyer, Melissa Meyer, Kate Miller, Lauren Miller Walsh, Tomas Minnick, Maria Morreale, Juliana Morris, Linda Mulhauser, Edward K. Muller,

Lucy Mulroney, Patrick Nagle, Tommy Napier, Francis Naumann, Sean Nevin, Sherri Nickol, Sara Ng, Michael O'Connell, Maartje Oldenburg, Jake Oresick, Nicholas Ostness, Michelle Oswell, Jonathan Padget, Val Pennington, Jonathan Perlman, Russell Perreault, Marylynne Pitz, Frances Pollard, Jeffrey Posternak, Robert Preece, Kathryn Price, Neil Printz, Greg Priore, Debbie Priore, John Putch, Amanda Quinn Olivar, Melissa Rachleff Burtt, Louis Rachow, Jill Reichenbach, John Righetti, Marina Rodriguez, Clara Rojas-Sebesta, Tyler Rollins, Peter Rosen, Elena Rossi- Snook, Rob Roth, Elaine Rusinko, Anastasia Rygle, Nina Schlief, Vito Schnabel, Ali Schreiber, Mark Schulgasser, John Schulman, Jamie Schutz, Andrea Schwan, Tracy Schweizer, Nita Scott, Russell Scott, Mark Sendroff, Patrick Seymour, Bill Sherman, Rebecca Shock, Anthony J. Silvestre, Elaine Simms, Ron Simon, John Smith, Laura Smith, Stephen Soba, Hilary Spann, Tom Sokolowski, Deborah Solomon, Judith Stein, Kathryn Stevens, Sam Stewart, Robin Strong, Jeffrey Sturges, Scott Sullivan, Elisabeth Sussman, Philip Sutton, Susan Swedo, Ashley Swinnerton, Dru J. Taliaferro, Albert M. Tannler, David Tarnow, Kimberly Tarr, Alexander Taylor, Tamara Thornton, Robyn Tisman, Alexander Tochilovsky, Brendan Toller, Elizabeth Tufts Brown, Michael von Uchtrup, Conrad Ventur, Mia Vitale, Christian Viveros- Faune, Gail Waite, Joan Waltermire, Jay Warhola, Steven Watson, Melissa Watterworth Batt, Chelsea Weathers, Raymond Wellinger, Angela Westwater, John Wilcock, Alette Winfield, Adam Weinberg, Jeffrey Weiss, Jay Wingate, Reva Wolfe, Lynn Zelevansky y Lucas Zwirner.

Créditos de las ilustraciones

FOTOGRAFÍAS INTERCALADAS EN LA OBRA

Frontispicio: Michael Childers, *Andy en su estudio de Nueva York en 1976*.

Preludio: Richard Avedon, *Andy Warhol, artista, Nueva York, 5 de abril de 1969* (1969). © 2020, The Richard Avedon Foundation.

Capítulo 1: fotógrafo desconocido, *Julia, John y Andy Warhola* (*ca.* 1930). The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.3.5247.

Capítulo 2: fotógrafo desconocido, *Andy Warhol* (*ca.* 1941). Cortesía del legado de Margaret Girman Ellis.

Capítulo 3: Roger Anliker, *Canto mudo (Andy Warhola)* (1949). Cortesía de Dale O. Roberts.

Capítulo 4: fotógrafo desconocido, *Andy Warhol, Dorothy Cantor y Philip Pearlstein en el campus del Carnegie Institute of Technology* (*ca.* 1948). Papeles de Philip Pearlstein, hacia 1940-2008. Archivo del arte estadounidense, Smithsonian Institution.

Capítulo 5: Philip Pearlstein, *Andy Warhol en Nueva York* (*ca.* 1949). Papeles de Philip Pearlstein, hacia 1940-2008. Archivos del arte estadounidense, Smithsonian Institution.

Capítulo 6: fotógrafo desconocido, *Andy Warhol en su caballete*. Cortesía de Manuela King.

Capítulo 7: fotógrafo desconocido, *Andy Warhol* (años cincuenta). The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. T3751–T3756.

Capítulo 8: Duane Michals, *Andy Warhol y su madre, Julia Warhola* (1958). Cortesía de Duane Michals y la galería DC Moore, Nueva York, © 2018, Duane Michals.

Capítulo 9: John Ardoin, *Warhol en el Serendipity*. Cortesía de Serendipity 3.

Capítulo 10: Duane Michals, *Andy Warhol* (1958). Cortesía de Duane Michals y la galería DC Moore, Nueva York, © 2018, Duane Michals.

Capítulo 11: fotógrafo desconocido, *Andy Warhol y Ted Carey* (*ca.*

1958). The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.3.10667.75.

Capítulo 12: Hervé Gloaguen, *Andy Warhol en Nueva York, Estados Unidos, en 1966* (1966). Gamma-Legends/Getty Images.

Capítulo 13: fotógrafo desconocido, *Andy Warhol trabajando en su estudio del número 1342 de Lexington Avenue* (1962). The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.3.10857.19b.

Capítulo 14: Ken Heyman, *Warhol en su casa de Lexington Avenue* (1964). © 2020, Ken Heyman.

Capítulo 15: fotógrafo desconocido, *Andy Warhol* (1962). The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. T293.

Capítulo 16: Alfred Statler, *El arte de Andy Warhol en su estudio del número 1342 de Lexington Avenue, Nueva York* (abril de 1962). © 2019, The Andy Warhol Museum, Pittsburgh. Todos los derechos reservados; adquisición del museo, número: 2014.7.8e. Obras de arte © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Capítulo 17: Ellen Johnson, *Andy Warhol* (1963). The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. TC27.124. Con permiso del legado de Ellen H. Johnson. Obras de arte © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Capítulo 18: *Tira de fotomatón de Andy Warhol y Gerard Malanga, dedicada por este al poeta Charles Henri Ford* (1963). Cortesía y © Gerard Malanga.

Capítulo 19: Ellen Johnson, *Andy Warhol en su estudio del parque de bomberos* y *Andy Warhol trabajando en una serigrafía* (1963). Cortesía del legado de Ellen H. Johnson.

Capítulo 20: Sam Falk, *Andy Warhol sentado sobre una* Caja de Brillo *en la Factory* (mayo de 1964; reimpresa en 1990). The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; donación de Jay Reeg. Sam Falk, *The New York Times* y Redux.

Capítulo 21: Bob Adelman, *Andy con uno de* Los trece hombres más buscados: John Victor G. *(1963) en la galería de Leo Castelli* (1965). © Legado de Bob Adelman, cortesía de WESTWOOD GALLERY NYC. Obras de arte © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Capítulo 22: Stephen Shore, *Andy Warhol con un cuadro de* Flores (*ca.* 1965). © Stephen Shore, cortesía de la galería 303, Nueva York.

Obras de arte © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Capítulo 23: Duane Michals, *Andy Warhol, Gerard Malanga y Philip Fagan* (*ca.* 1965). Cortesía de Duane Michals y la galería DC Moore, Nueva York, © 2018, Duane Michals.

Capítulo 24: Steve Schapiro, *Andy Warhol mira con adoración a Edie Sedgwick* (*ca.* 1965). Corbis Premium Historical y Getty Images.

Capítulo 25: David McCabe, *Las cuatro caras de Andy en el armario del apartamento de Jacques Kaplan en Nueva York* (1965). Cortesía de la galería Cipolla.

Capítulo 26: Jerry Schatzberg, *Andy Warhol, retrato de estudio* (1966). © Jerry Schatzberg, 1966.

Capítulo 27: Stephen Shore, *Andy Warhol promocionando a The Velvet Underground y Nico* (1966). © Stephen Shore, cortesía de la galería 303, Nueva York.

Capítulo 28: Hervé Gloaguen, *Andy Warhol y The Velvet Underground en Nueva York* (1965). Gamma-Legends y Getty Images.

Capítulo 29: Stephen Shore, *Andy Warhol con sus* Nubes de plata (*ca.* 1966). © Stephen Shore, cortesía de la galería 303, Nueva York.

Capítulo 30: Jerry Schatzberg, *Andy Warhol, la Factory* (1966). © Jerry Schatzberg, 1966.

Capítulo 31: Stephen Shore, *Andy Warhol con su novio Rod La Rod* (1966). © Stephen Shore, cortesía de la galería 303, Nueva York.

Capítulo 32: Marshall Swerman, *Andy haciendo negocios* (*ca.* 1967). © Marshall Swerman.

Capítulo 33: Roberta Bernstein, *Warhol en 1968 en los primeros tiempos del estudio de Union Square*. Cortesía de Roberta Bernstein.

Capítulo 34: Marshall Swerman, *Andy al teléfono: la Factory de Union Square* (1968). © Marshall Swerman.

Capítulo 35: Marshall Swerman, *Andy en su escritorio* (1968). © Marshall Swerman. *Fotografía del NYPD n.º 49598-1, del 4 de junio de 1968, de la caja 825: Vista del crimen en la oficina de Union Square*. Cortesía de los archivos municipales de la ciudad de Nueva York.

Capítulo 36: Andy Warhol, *Autorretrato,* 1968. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.3.14800. © The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. y Artists Rights Society, Nueva York.

Capítulo 37: Cecil Beaton, *Andy Warhol y los gemelos Johnson* (1969). © The Cecil Beaton Studio Archive en Sotheby's.

Capítulo 38: Richard Avedon, *Andy Warhol y miembros de la Factory (n.º 11). De izquierda a derecha: Andy Warhol, artista; Paul Morrissey, director; Joe Dallesandro, actor; Candy Darling, actriz; Nueva York, 30 de octubre de 1969* (1969). © 2020, The Richard Avedon

Foundation.

Capítulo 39: Jonas Mekas, *Warhol con un Oscar prestado* (*ca.* 1971). Cortesía de Jonas Mekas.

Capítulo 40: Oliviero Toscani, *Warhol y sus amigos vestidos con trajes* (c. 1973) (*desde la izquierda:* Frederick Hughes, Vincent Fremont, Andy Warhol, Ronnie Cutrone, Bob Colacello y Sean Burnes). Cortesía de Oliviero Toscani Studio.

Capítulo 41: Peter Beard, *Andy Warhol* (1972). © Peter Beard, cortesía de Peter Beard Studio. Colección de Steven M. L. Aronson.

Capítulo 42: Duane Michals, *Andy Warhol* (*ca.* 1974). Cortesía de Duane Michals y la galería DC Moore, Nueva York, © 2018, Duane Michals.

Capítulo 43: Robin Platzer, *Celebridades durante la fiesta de Nochevieja en Studio 54 (de izquierda a derecha) Halston [besando a una mujer no identificada], Bianca Jagger, Jack Haley hijo y su esposa, Liza Minnelli, y Andy Warhol* (1978). The LIFE Images Collection y Getty Images.

Capítulo 44: Christopher Makos, *Andy en la comida con los Stones*. © Chris Makos.

Capítulo 45: Christopher Makos, *Andy durmiendo en el Concorde*. © Chris Makos.

Capítulo 46: Robert J. Levin, *Andy Warhol en la sala de juntas de la Factory con tótems, vídeo, televisor y una cabeza de alce disecada y montada en la pared* (1981). Cortesía de Robert J. Levin.

Capítulo 47: Christopher Makos, *Imagen alterada.* © Chris Makos.

Capítulo 48: Robert J. Levin, *Andy Warhol en un trastero en la Factory* (1981). Cortesía de Robert J. Levin.

Capítulo 49: Neil Winokur, *Andy Warhol* (1982). © Neil Winokur.

Capítulo 50: Peter Bellamy, *Andy Warhol en una limusina* (1986). © Peter Bellamy.

Epílogo: Blake Gopnik, *Lápida de Warhol en Pittsburgh* (2014). © Blake Gopnik.

Imagen final: Karen Bystedt, *Andy Warhol*. Reproducida con el amable permiso de Karen Bystedt.

FOTOGRAFÍAS DEL ENCARTE EN COLOR

Andy Warhol, *Locas zapatillas doradas*, 1957. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.3.3466 © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Escaparate de Gunther Jaeckel con obras de Andy Warhol, abril de 1961. Obras de arte © 2019, The Andy Warhol Foundation for the

Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Andy Warhol, *Tres Marilyns*, 1962. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.1.60 © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Andy Warhol, *Pequeña silla eléctrica*, 1964-1965. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.1.14 © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Andy Warhol, *Mao*, 1972. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución del Dia Center for the Arts 1997.1.21 © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Andy Warhol, *Nan Kempner*, 1973. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.1.593 © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

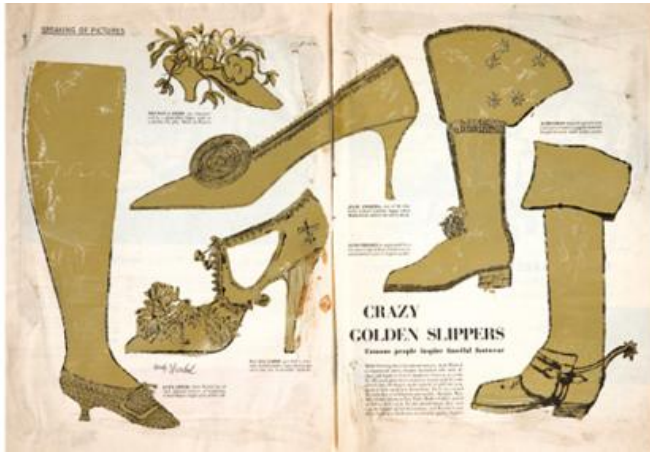
Andy Warhol, *Damas y caballeros (Wilhelmina Ross)*, 1975. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución del Dia Center for the Arts 2002.4.22 © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Andy Warhol, *Sombras*, 1978-1979, detalle. Fotografía: Bill Jacobson Studio, Nueva York. Cortesía de la Dia Art Foundation, Nueva York © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Andy Warhol, *Rorschach*, 1984. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.1.297 © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

Andy Warhol, *Jean-Michel Basquiat, ca.* 1982. The Andy Warhol Museum, Pittsburgh; colección fundacional, contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. 1998.1.499. © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.

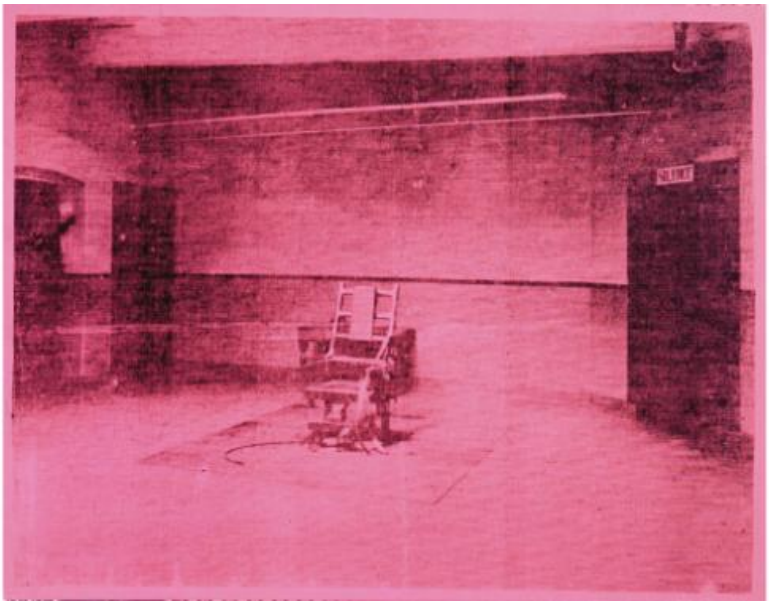
Andy Warhol, *La última cena*, 1986, detalle. © 2019, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc., con permiso de la Artists Rights Society, Nueva York.



Locas zapatillas doradas, 1957.

Escaparate de Gunther Jaeckel con obras de Andy Warhol, abril de 1961.

Tres Marilyns, 1962.



Pequeña silla eléctrica, 1964-1965.

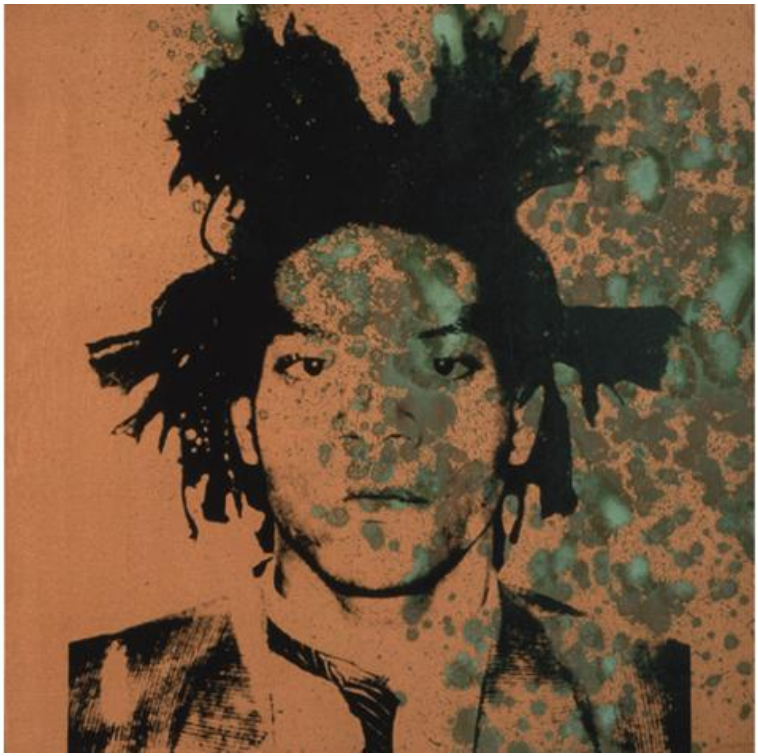
Mao, 1972.

Nan Kempner, 1973.

Damas y caballeros (Wilhelmina Ross), 1975.

Sombras, 1978-1979, detalle.

Rorschach, 1984.



Jean-Michel Basquiat, *ca.* 1982.

La última cena, 1986, detalle.

Notas

[1] Mantenemos el término *queer* tal cual por ser clave tanto para el pensamiento académico y el activismo LGBTIQ+ como para el propio libro, que ahonda en la construcción de la identidad *queer* de Warhol. Como es bien sabido, aunque en origen fuese un adjetivo peyorativo, el activismo LGBTIQ+ se reapropió del término como herramienta de visibilidad y reivindicación de la disidencia sexual y de género. (*N. de los T.*)

[2] El autor amplía la descripción de *camp*, su genealogía, y su significación para la estética y la identidad de Warhol en el capítulo 9. En origen, el concepto de *camp* hacía referencia, en términos generales, a manifestaciones culturales o comportamientos exagerados, poco naturales, cargados de artificialidad y con un matiz hortera. Su reivindicación política tiene que ver con la vindicación de lo «no normativo» y de una impugnación a la norma del «buen gusto», por ejemplo, como manifestaciones propias de culturas de clase obrera. En algunos ambientes de hombres homosexuales se impuso pronto la reivindicación positiva de lo *camp* como forma de respuesta a la contención estética, expresiva y afectiva que la cultura dicta como propia para el hombre heterosexual. (*N. de los T.*)

[3] Lo que hace al autor imaginar la sonrisa de Warhol ante el texto es intraducible en castellano, pues remite al doble sentido que tiene en inglés la palabra «gay» como «alegre» y «homosexual». La frase original reza: «Success! It's a lovely word… gay and triumphant». (*N. de los T.*)

[4] «As I wait on the hill to keep / A rendezvous with Bill, / I think how good, and sweet, and kind, is Peter / whom I left behind». (*N. de los T.*)

[5] «Dial M. for Shoe»: alusión a la película de A. Hitchcock *Dial M. for Murder* (*Crimen perfecto* en la version en castellano); «I Dream of Jeannie with the Light Brown Shoes»: alusión a «I Dream of Jeannie with the Light Brown Hair», primer verso de una célebre canción de Stephen Foster; «Beauty is Shoe, Shoe Beauty»: alusión al verso «Beauty is truth, truth beauty» del poema de John Keats «Ode on a Grecian Urn»; «The Autobiography of Alice B. Shoe»: alusión al libro de Gertrude Stein *The Autobiography of Alice B. Toklas*, y «To Shoe or Not to Shoe»: alusión evidente al celebérrimo «To be or not to be» del *Hamlet* shakespeariano. (*N. de los T.*)

[6] Juego de palabras con los términos *dada* (en alusión al neodadaísmo de Klein) y *sugar daddy* (designación despectiva del viejo adinerado amante o protector económico de una joven). (*N. de los T.*)

[7] «Poetry in motion / See her gentle sway / A wave out on the ocean / Could never move that way / I love every movement / And there's nothing I would change / She doesn't need improvement / She's much too nice to rearrange». (*N. de los T.*)

[8] «Oh mommy, oh mommy, that's the bottle, yes. / So I took up an opener / And I drank up the bottle». *(N. de los T.)*

[9] Tanto *dad* como *pop* pueden traducirse como «papá». (*N. de los T.*)

[10] Aunque en este contexto de los carteles policiales, *wanted* tiene el sentido de «buscado » o «se busca», su significado habitual es «querido». Ello anima al autor a resaltar la dimensión homosexual del proyecto *Most Wanted Men* jugando en estas páginas con la ambigüedad en inglés entre «hombres buscados» y «hombres queridos o deseados». *(N. de los T.)*

[11] Expresión con doble sentido: «¡La ropa se vuelve pop!» y «¡La ropa revienta!». *(N. de los T.)*

[12] «So beautiful, the treasured camp, / Of Andy Warhol's art. / The Campbell soup and Brillo pads / And things so chic and smart. / His majesty, his Royalty / Have made him our white dove, / The Prince, our King, / Of thee we sing, / Our sacred pop art love». (*N. de los T.*)

[13] «Pronúncialo en voz alta», sugiere el autor en el original, porque la pronunciación de *You're In* suena muy similar a la de *urine* «orina«». (*N. de los T.*)

[14] Cita extraída de «Manifiesto del hotel Chelsea», trad. de Ana Useros, Madrid, *Minerva. Revista del Círculo de Bellas Artes*, núm. 13, 2010. (*N. de los T.*)

[15] El *Social Register* es una publicación que, desde 1880, recoge anualmente la lista de los miembros de la alta sociedad estadounidense. (*N. de los T.*)

KODAK SAFETY FILM 6017
6 4 3 1
→4

Título original: *Warhol*

Primera edición: enero de 2023

© 2020, Blake Gopnik. Todos los derechos reservados.
© 2023, Penguin Random House Grupo Editorial, S.A.U.
Travessera de Gràcia, 47-49. 08021 Barcelona
© 2022, Pablo Hermida Lazcano y María Serrano Giménez, por la traducción

Todas las citas de Andy Warhol con permiso y © The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. Poetry In Motion. Letra y música de Paul Kaufman y Mike Anthony. © 1960 UNIVERSAL SONGS OF POLYGRAM INTERNATIONAL, INC. y UNIVERSAL POLYGRAM INTERNATIONAL PUBLISHING, INC. Copyright renovado. Todos los derechos reservados utilizados con permiso.

Diseño de portada: Allison Saltzman
Fotografía de portada: Lucy Hogg

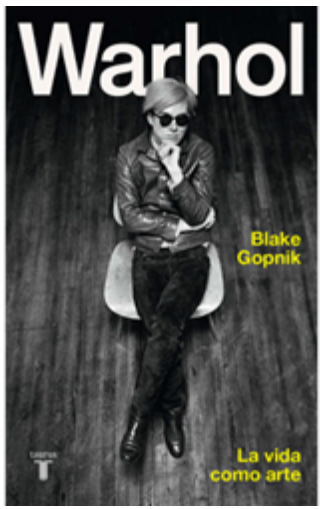
Penguin Random House Grupo Editorial apoya la protección del *copyright*.
El *copyright* estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Gracias por comprar una edición autorizada de este libro y por respetar las leyes del *copyright* al no reproducir, escanear ni distribuir ninguna parte de esta obra por ningún medio sin permiso.
Al hacerlo está respaldando a los autores y permitiendo que PRHGE continúe publicando libros para todos los lectores. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, http://www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

ISBN: 978-84-306-2469-0

Composición digital: MT Color & Diseño, S.L.
www.mtcolor.es

Facebook: penguinebooks
Facebook: tauruseditorial
Twitter: @tauruseditorial
Instagram: @penguinlibros
Youtube: penguinlibros

«Una biografía épica. Un libro para disfrutar, ameno y plagado de detalles. Fascinante». Kirkus Reviews



Basada en años de investigación y entrevistas con decenas de amigos, amantes y detractores de Warhol, esta biografía traza el recorrido del artista desde sus orígenes como hijo de inmigrantes de Europa del Este en Pittsburgh hasta su revolucionario papel en el mundo del arte. Además, es un fascinante retrato de la sociedad y del mundo en los años setenta y ochenta y de las grandes transformaciones ocurridas en el comercio y la cultura.

Tras el resplandor de su famosa Factory, por donde pasaron las figuras más glamurosas de su tiempo (Susan Sontag, Mick Jagger o los barones de Rothschild, entre otros), había un hombre tímido que vivió gran parte de su vida con su madre y protegió con celo su privacidad. Repleto de ideas nuevas sobre el trabajo y la personalidad del artista, este libro capta a la perfección las contradicciones y el radical ingenio que llevaron a Warhol a revolucionar el panorama cultural. ¿Era una broma o un auténtico genio? ¿Era un radical o un arribista? Como el

propio Warhol habría respondido: sí.

La crítica ha dicho:
«Ojalá hubiese podido conocer mejor a Warhol. Esta fantástica biografía me hace sentir que así fue. Revela tanto al hombre como al genio que se encuentran bajo esa peluca plateada».
Elton John

«Hay tantos momentos warholianos en este magnífico libro que no sabría por dónde empezar. Cautivador, tiene tanto de historia del arte y filosofía como de biografía».
The Guardian

«Warhol vivió una de las más grandiosas vidas del siglo xx y ahora cuenta con una biografía a la altura de esa vida. No le sobra ni una página».
Los Angeles Times

«Absorbente».
The Wall Street Journal

«Impresionante, arrebatador».
Washington Post

«Fantástica y minuciosa. El autor indaga en la vida de uno de los mayores mitos de nuestros tiempos, con peluca plateada incluida».
The Evening Standard

«Una épica biografía del rey del pop art. Un libro para disfrutar, que aporta todo lujo de detalles con una escritura ágil. Fascinante».
Kirkus Reviews

«La más biografía más completa y lúcida de Warhol. El autor navega a través de la amplia documentación sin empantanarse, y defiende a Warhol como un genio hecho a sí mismo».
Apollo Magazine
thanks giving
«Una excelente mirada a la vida, la personalidad y el genio de Andy».
Diane Von Furstenberg

Sobre Blake Gopnik

Blake Gopnik (Filadelfia, 1963) es un crítico de arte estadounidense. Fue jefe de la sección de crítica de arte de *The Washington Post*. Es doctor en Historia del arte por la Universidad de Oxford.

«Para viajar lejos no hay mejor nave que un libro».

Emily Dickinson

Gracias por tu lectura de este libro.

En **penguinlibros.club** encontrarás las mejores recomendaciones de lectura.

Únete a nuestra comunidad y viaja con nosotros.

penguinlibros.club

Penguin Random House Grupo Editorial

penguinlibros

ÍNDICE

Warhol. La vida como arte

Preludio
1. 1928–1934
2. 1934–1945
3. 1945–1947
4. 1947–1949
5. 1949
6. 1949–1951
7. 1951–1952
8. 1952–1954
9. 1954–1955
10. 1955–1956
11. 1956–1959
12. 1960–1961
13. 1961
14. 1961–1962
15. 1962
16. 1962
17. 1963
18. 1963
19. 1963
20. 1964
21. 1964
22. 1964
23. 1965
24. 1965
25. 1965
26. 1965
27. 1966
28. 1966
29. 1966
30. 1966
31. 1967
32. 1967
33. 1967
34. 1968
35. 1968
36. 1968

37. 1968
38. 1968–1969
39. 1969
40. 1970–1971
41. 1971–1972
42. 1972–1973
43. 1974
44. 1974–1975
45. 1975-1977
46. 1977–1980
47. 1981
48. 1982–1983
49. 1982–1986
50. 1986–1987
Epílogo
Nota sobre las fuentes
Agradecimientos
Créditos de las ilustraciones
Imágenes

Notas
Créditos
Sobre este libro
Sobre Blake Gopnik